

農業分野における営業秘密の保護ガイドライン

令和4年3月

本ガイドラインは、以下のⅠ～Ⅴにより構成されています。各生産現場において、まず営業秘密の管理に取り組まれる場合、Ⅲをご覧いただくだけでも何をしたらよいかを理解いただけるようになっています。さらに農業分野の特殊性を踏まえた理論的な整理や参考となる取組事例等を確認されたい場合には、Ⅲ以外もご覧下さい。

- Ⅰ ガイドライン策定の趣旨
- Ⅱ 営業秘密管理指針の農業分野への当てはめ <理論編>
- Ⅲ 営業秘密の基礎的管理マニュアル <実践編>
- Ⅳ 今後の農業分野における技術・ノウハウ等の保護・活用に向けて
- Ⅴ 事例集

目次

I	ガイドライン策定の趣旨	5
1	背景	5
	(1) 農業分野の知的財産	5
	(2) 営業秘密としての保護	6
2	現状と課題	7
	(1) 営業秘密として保護され得る技術・ノウハウ等	7
	(2) 管理の実態	9
3	営業秘密を保護するためには	10
	(1) 不正競争防止法の営業秘密	10
	(2) 技術・ノウハウ等の整理（暗黙知からの脱却）	10
	(3) 情報の帰属等の確認	12
II	営業秘密管理指針の農業分野への当てはめ <理論編>	14
1	総説	14
2	秘密管理性について	15
	(1) 秘密管理要件の趣旨	15
	(2) 必要な秘密管理措置の程度	16
	ア 農業分野の特殊性	16
	イ 秘密管理措置の対象者	18
	ウ 合理的区分	22
	エ 共有範囲と秘密管理性	28
	(3) 留意事項	31
3	有用性について	32
	(1) ネガティブ情報	33
	(2) 有用な効果の再現性	33
	(3) 公知の情報等を工夫した情報	33
4	非公知性について	34
	(1) 屋外に存在する情報	35
	(2) 第三者が偶然思いつくことができるような技術・ノウハウ等	35
	(3) 公知情報と非公知情報とが混在している場合	36

Ⅲ 営業秘密の基礎的管理マニュアル <実践編>	37
ステップ1 技術・ノウハウ等の棚卸しと共有範囲の確認.....	37
(1) ① 技術・ノウハウ等の棚卸し（耕種分野）.....	38
(1) ② 技術・ノウハウ等の棚卸し（畜産分野）畜産局で修正中.....	39
(2) ① 共有範囲の確認（個々の生産者（法人を含む）の技術・ノウハウ等）.....	39
(2) ② 共有範囲の確認（農協の生産部会などのグループの技術・ノウハウ等）.....	41
(2) ③ 都道府県が開発した技術・ノウハウ等の取扱い.....	41
ステップ2 営業秘密の管理方法チェック.....	42
(1) 従業員が少数の生産者（家族のみの場合を含む）における営業秘密の管理.....	43
【参考】ひな型①：指導員向け秘密保持契約書面.....	45
(2) 一定数以上の従業員を雇用している生産者における営業秘密の管理.....	46
【参考】ひな型②：従業員向け誓約書面.....	48
(3) 農協の生産部会などの地域のグループにおける営業秘密の管理.....	49
【参考】ひな型③：生産部会のメンバー向け秘密保持契約書面.....	51
(4) 都道府県が管理する場合など広範囲における営業秘密の管理.....	53
【参考】ひな型④：都道府県内の農家向け秘密保持契約書面.....	54
付録：指導員が所属する組織（都道府県や農協）における取組.....	55
① 指導員に対する啓発.....	55
② 生産者から開示された技術・ノウハウ等の取扱いに関するルールの策定.....	55
Ⅳ 今後の農業分野における技術・ノウハウ等の保護・活用に向けて	56
1 オープン・クローズ戦略.....	56
(1) 戦略の選択.....	56
(2) オープン戦略とノウハウの保護.....	56
2 保護の方法の選択.....	57
3 技術・ノウハウ等の適切な保護と我が国の農業技術の発展.....	58
V 事例集	60

I ガイドライン策定の趣旨

1 背景

(1) 農業分野の知的財産

農業は、動植物、化学、気象、土壌、土木、水利用、機械、経営・経済といった幅広い知識と経験の上に成り立つ高度な知的産業であり、我が国の農業現場における熟練生産者の優れた栽培・飼養技術やその他のノウハウ、我が国で開発された新品種等の知的財産は、高品質・高付加価値な農産物の生産を可能にし、我が国の農業に国際的な優位性をもたらす強みの源泉となっている。

これまで、我が国の農業分野では、ノウハウや新品種は共有するのが当たり前であり、特定の生産者等がこれを独占すべきものではないとの考え方が広く根付いていたために、生産者の栽培・飼養技術やその他のノウハウ、新品種等の持つ知的財産としての価値に対する認識が乏しく、無制限に利用・提供することが選択され、知的財産として管理を行おうとすることが、逆に囲い込みとして非難される状況があった。しかしながら、経済のグローバル化等により、現在の農業を巡る情勢は大きく変わっており、我が国の優れた技術・ノウハウや品種等の知的財産が海外に流出すれば、我が国の知的財産にただ乗り（フリーライド）され、我が国の知的財産の独自性や優位性が希釈化し、ひいては我が国の農業の競争力の低下など、農業分野全体に損害が生じることが懸念されている。

さらに、社会全体におけるデジタル化及びデータ活用の進展に伴い、農業分野でも、AIやデータを活用したスマート農業の推進により、これまで熟練生産者の「暗黙知」にとどまっていたノウハウを「形式知」化したソフトウェア等の研究・開発が進められている。仮に、これらのノウハウやその成果物等が関係者の意に反して海外に流出すれば、無断で持ち出された我が国の優良品種といった他の知的財産と組み合わせられることにより、我が国からの輸出品との競合がさらに激化するとして、データの提供等を不安視する声も聞かれる。

このようなことを背景として、近年、農業分野の知的財産の保護の重要性に対する認識が高まっており、種苗法の改正により登録品種の海外持出制限が可能となったほか、和牛遺伝資源の知的財産としての価値を保護する仕組みが創設されるなど、農業分野の知的財産を保護するための制度の整備が進んできた。また、ノウハウの流出により生産者が損失を被ることなく、安心してデータ提供を行える環境を整備するとともに、これによりデータの利活用推進が図られるよう、「農業分野におけるAI・データに関する契約ガイドライン」¹も策

¹ 農林水産省ホームページ「農業分野におけるAI・データに関する契約ガイドライン」（令和2年3月）<https://www.maff.go.jp/j/kanbo/tizai/brand/keiyaku.html>

定された。

このように、農業分野においても知的財産を開発者の権利等として保護し、適切に利用する仕組みは充実しつつある。しかしながら、栽培・飼養技術やノウハウ等の中で「絶対に他者に共有しない情報」については、無断で流出した場合に大きな損害を被ることとなるが、このような情報を保護する仕組みについての知見がこれまで生産者に十分に行き渡っておらず、また、生産者において、このような情報を管理しようとする意識も弱いことから、情報を保護する仕組みがほぼ活用されておらず、残されたミッシングピースとなっている。

（２）営業秘密としての保護

従来から、工業分野などにおいては、自社のノウハウ等²を、特許権や意匠権などの権利化を図ることにより保護することと併せて、不正競争防止法（平成五年法律第四十七号。以下「不競法」という。）における営業秘密として管理・保護を図ることが行われてきた。ある製品について、これを製造するための技術（例えば、温度条件や製造工程など。）については、営業秘密として保護を図るといった例が、その典型と言える。

農業分野においても、栽培に際してどのような肥料を、どのタイミングで、どの程度の量与えるのか、水分量や温度をどのように管理するのか、F1品種の親系統としてどのような品種が用いられているのかなど、他者に知られることにより経営に大きな侵害が生じるために秘匿している情報も多く存在する（その例は、2（1）に示す。）。それらの情報を整理し、必要に応じた適切な保護を図ることは、個々の生産者はもちろん、地域全体の生産力や競争力を強化し、ひいては我が国の農業分野の発展のためにも必要かつ有益である。しかしながら、農業分野においては、不競法の営業秘密の枠組みがほぼ活用されていない。これは、営業秘密の枠組みは製造業などの産業分野でこれまで活用されてきたが、保護対象となる製造ノウハウなどの情報が、設計図面や工場設備など企業や工場内などで秘密管理されていることが多く、情報の管理主体も一定の規模感のある企業・事業者であったのに対して、農業分野では、植物の栽培やその他のノウハウの実践等が人目にさらされやすい屋外で行われていること、自然を相手にしていること、また、我が国に存在する農業経営体の95%超が個人経営である³など小規模な生産者が多い一方で、農業協同組合（以下「農協」という。）

² 「技術的知識・情報。物事のやり方。こつ。」（広辞苑[第7版]）。以下では、特許等を取得しているか否かや、営業秘密として保護されるか否かを問わず、広く技術的、営業的な知識や情報を指すものとして使用する。

³ 2020年農林業センサス <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00500209&tstat=000001032920&cycle=7&year=20200&month=0&tclass1=000001147146&tclass2=000001155386&tclass3=000001155387&tclass4val=0#:~:text=1,%>

の生産部会のような法人格を持たないグループに属していることが多いといったことなど、他産業分野とは異なる特殊性を有していることにも起因していると考えられる。

経済のグローバル化が進む中で、農業分野においてもこうした営業秘密の保護は重要な課題であり、その活用を進めていく必要がある。そこで、農業分野における栽培・飼養技術やその他のノウハウ等の知的財産（以下「技術・ノウハウ等」という。）を営業秘密として保護するに当たり、農業分野の特殊性を踏まえた技術・ノウハウ等の管理・取扱方法や留意点等について、農業の現場で参照されやすいようわかりやすく示すことを目的として、本ガイドラインを策定するものである。

なお、本ガイドラインは、不競法の営業秘密として保護されるためにどのような措置が必要か、すなわち、万が一漏えいしてしまった場合でも、不競法上の営業秘密として保護を受けられるようにするために、最低限どのような措置を講じるべきかという観点から整理を行ったものである。したがって、技術・ノウハウ等の重要性や、一度漏えいしてしまった場合の事後的な被害回復の難易（ひとたび公知になれば営業秘密としての保護を受けられなくなることも含む。）などを勘案して、漏えいを防止するためにより高次の対策を講じるべきかどうかについては、それぞれの技術・ノウハウ等に応じ本ガイドラインとは別に検討いただく必要があることに留意されたい。

2 現状と課題

(1) 営業秘密として保護され得る技術・ノウハウ等

農業分野においては、様々な栽培・飼養工程（例えば耕種分野で言えば、土づくり、播種、摘葉・摘果、収穫等）が存在し、それぞれの工程に無形の技術・ノウハウ等が存在する。

このうち、農業分野において、それぞれの工程ごとに営業秘密として保護され得る技術・ノウハウ等としては、以下のようなものが挙げられる（以下は例示列举であり、保護され得る技術・ノウハウ等は、これらに限られるものではない。）。

【耕種分野】

工程	保護され得る技術・ノウハウ等
種苗の生産・増殖	種苗の保管・催芽・育苗・種苗ほ場管理・接ぎ木・挿し木の方法、F1品種の親系統に関する情報、育種母本に関する情報

[EF%BC%91%E3%80%80%E8%BE%B2%E6%9E%97%E6%A5%AD%E7%B5%8C%E5%96%B6%E4%BD%93%E6%95%B0,-%E8%AA%BF%E6%9F%BB%E5%B9%B4%E6%9C%88](#)

土作り・施肥	堆肥の生産技術、肥料の配合割合、施肥時期の判断要素、施肥方法、過去に蓄積した施肥と生育の関連データ
播種・植付け	播種時期の判断要素、播種方法、多品種の組合せ方法（栽培計画）
防除	防除時期の判断要素、薬剤散布方法 過去に蓄積した防除と生育の関連データ
物理的な草樹勢・収穫物品質管理	摘葉、摘心、摘芽、断根、水分管理、誘引、整枝、剪定、摘花・摘果・摘粒・摘房に係る時期とその方法
収穫・調製	収穫時期の判断要素、収穫方法、水分管理・予冷等の調製方法
その他栽培管理全般	かん水方法、環境制御方法（例：施設栽培等における水分量・二酸化炭素量・日光量・夜間照明量・養液分量の制御）、作業員の配置計画・労務管理、人工授粉、ホルモン剤処理、作柄の見回り、過去に蓄積した栽培管理と生育の関連データ
選別・包装	選別方法、選果ラインの設計、パッキング方法、充填方法
経営管理	財務情報、顧客情報、販売実績

【畜産分野】

工程	保護され得る技術・ノウハウ等
繁殖	家畜人工授精用精液の採取・処理・注入技術、家畜受精卵の採取・処理・移植技術、血統による交配の組合せ
家畜・家きんの導入	健康状態の推察方法、過去に蓄積した導入家畜・家きんの品種・血統と飼養成績の関連データ
飼料生産・調製・給与	飼料の生産・調製技術、飼料の配合割合、飼料の給与量と種類の切り替え時期の判断要素、飼料給与方法、過去に蓄積した飼料（給与量、種類）と飼養成績の関連データ
衛生管理・疾病対策	農場の衛生管理プログラム（消毒薬の選択、消毒薬の濃度・量、品質管理の手法等）、過去に蓄積した衛生管理・疾病対策と飼養成績の関連データ、鶏卵の衛生管理プログラム（GPセンター衛生管理マニュアル等）、ワクチン・プログラム
その他飼養管理全般	給水方法、飼養環境制御方法（例：畜舎・鶏舎内の温度・湿度・風量・照明量）、作業員の配置計画、労務管理、家畜・家きん等の見回り、過去に蓄積した飼養管理と飼養成績の関連データ、敷料の材料・

	床の材質
排せつ物処理	堆肥化・汚水処理・エネルギー化の方法
出荷	出荷時期の判断要素、出荷前の管理方法、 鶏卵のトレース情報の把握・管理方法
経営管理	財務情報、顧客情報、販売実績

上記の技術・ノウハウ等については、これを用いて作られた有体物等を見ることで、その内容や重要性がわかってしまう場合があります（例えば、①果樹の樹形を見ることで、生産者の有する誘引、整枝、剪定技術が読み取れる、②ほ場で栽培されている品種を見ることで、生産者の有するF1品種の親系統に関する情報がわかってしまう等）、この場合には、管理に当たって講じるべき措置が異なることにも留意が必要である。この時、見られ得る相手が誰か（専門的知識を有する同業者なのか、一般の消費者なのか等）によっても、見てわかるかどうかが変わり得る。素人にはわからなくても、専門的知識を有する同業者であれば、独自の工夫を凝らした樹形であることが理解できる場合もあるだろう。

また、暗黙知（言語やデータなどによって説明できる状態になっていない知識。）であっても不競法上の営業秘密として保護の対象とはなり得るが、技術・ノウハウ等を適切に管理・伝承していくためには、後述するとおり、その内容を整理して形式知（言語やデータなどによって説明できる状態になっている知識。ただし、紙等の媒体に記録されていることまで要するものではない。）にしておくことが重要である。

（２）管理の実態

技術・ノウハウ等の管理については、農林水産省が過去に実施したアンケート調査⁴において生産者等が「第三者の目に触れさせない」や「マニュアル化して保管」といった方法により管理しているケースもあることが報告されているものの、このような適切な管理を行っている者は1割にも満たないことが示されている。農業の現場では、技術・ノウハウ等を取り扱う者の中で、そもそも何が秘密であるか、また、それをどのように管理すべきかが必ずしも明確ではないために、技術・ノウハウ等を守るとの意識が醸成されていない場合も多いと考えられる。現状では、保護すべき技術・ノウハウ等を地域内外の関係者間で共有する場合であっても秘密保持契約を締結しているケースは稀であり、また、技術・ノウハウ等がマ

⁴ 農林水産省ホームページ「農業分野における生産技術・ノウハウ等の知的財産としての管理に関するアンケート調査」（平成30年3月）

<https://www.maff.go.jp/j/kanbo/tizai/brand/attach/pdf/knowhow-7.pdf>

マニュアル化されていないことも多く、さらに仮にマニュアル化されている場合であっても、それが厳格に管理されているとは限らないのが実態である。

3 営業秘密を保護するためには

(1) 不正競争防止法の営業秘密

不競法2条6項は、営業秘密を「秘密として管理されている生産方法、販売方法その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であって、公然と知られていないものをいう。」と定義し、このような営業秘密を、窃取、詐欺、強迫その他の不正の手段により取得する行為や、不正取得された営業秘密を使用、開示する行為など、一定の類型の行為を不正競争行為と定めている（不競法2条1項4～10号）。こうした不正競争行為を行った場合、民事上の責任として、不正競争行為の差止めや不正競争によって営業秘密の保有者が被った損害の賠償を請求される可能性がある（不競法3条、4条）。また、刑事上の責任として、10年以下の懲役や2,000万円以下の罰金などの刑事罰も規定されている（不競法21条）

どのような情報であれば、営業秘密として保護されるのかについて、最低限の水準の対策を示すものとして、経済産業省が「営業秘密管理指針」（以下「管理指針」という。）を定め、公開している⁵。管理指針が述べるところは、一般論としては農業分野にも当てはまるものであるが、一方で、農業分野特有の事情や慣行も存在する。そこで本ガイドラインは、農業分野において営業秘密の実効的な保護を図るため、管理指針において営業秘密の保有者が講じるべきとされている措置を念頭に置きつつ、農業分野に特有の事情や慣行を踏まえた不競法による営業秘密としての保護を受けるために必要な措置のあり方について記載する。

(2) 技術・ノウハウ等の整理（暗黙知からの脱却）

有用な技術・ノウハウ等は、その内容が整然と整理された状態で存在しているとは限らず、暗黙知として存在していることも多い。このことは農業分野に限られるわけではないが、特に、農業分野においては、工業製品とは異なり個体間の変異が大きい植物や動物を取り扱い、技術・ノウハウ等の投入から得られる結果が天候等の環境要因にも左右されるため、技術・ノウハウ等を言語やデータで表すことが困難な場合も多いことに加え、小規模な生産者が、それぞれ独自の工夫を凝らしており、その技術・ノウハウ等を人に伝える機会がないため、あえて形式知化するインセンティブがない場合もある。これらの理由から、農業分野におい

⁵ 平成15年1月30日制定。その後複数回の改訂を経て、本ガイドライン策定の時点で、平成31年1月23日が最終改訂である。

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/guideline/h31ts.pdf>

ては、特に技術・ノウハウ等が暗黙知として未整理な状態で存在しやすいといえる。

前述のとおり、暗黙知であるからといって営業秘密としての保護が受けられないわけではないが、暗黙知のままでは、その技術・ノウハウ等を第三者に盗用されて紛争になったとしても、営業秘密の内容や盗用がされたことを立証することも困難となる。また、有用な技術・ノウハウ等を適切に管理し、正しく伝承していくためにも、その内容を整理して形式知にすることが重要である。

技術・ノウハウ等を整理することにより、自身の技術と他人の技術とを比較して、どこに特徴があるのか、どういった有用性があるのかといった点を、改めて見直すことになり、その過程で、保有者本人も自覚していなかった特徴が判明したり、データ化によって技術・ノウハウ等がより精緻に特定されたり、そのブラッシュアップが期待されるとともに、整理した価値ある技術・ノウハウ等について本ガイドラインに基づき適切な管理を行うことにより、第三者による営業秘密の盗用に備えることが可能となる。

事例解説1 技術・ノウハウ等の保護・伝承のための暗黙知の形式知化（言語化等）

<家畜人工授精師が持つ受精卵の移植技術の伝承>

「家畜人工授精師Aが受精卵の移植を行うと受胎率が高い」というデータが得られていても、当該Aの移植技術のどこに特徴があり、受胎率の高さに寄与しているのかがわからなければ、これを法人内で共有をして、法人全体の受胎率を向上させたり、後継の家畜人工授精師に伝達して継承していくことができない。仮にそのまま、Aが退職、引退してしまえば、Aの体得した有益な技能が失われてしまう。

このようなA個人の技能を、Aが帰属する法人において営業秘密として保護・伝承していくためには、その移植技術の特徴（移植のタイミングや家畜体内への移植位置など）を整理し、言語化やデータ化等により形式知化する必要がある。

例えば、Aや他の家畜人工授精師から、移植時の技術について具体的に聞き取りを行い、Aの技術と他の家畜人工授精師の技術との間に違いがないかを確認することや、Aに自身の技術において、注意していること、心がけていることの聞き取りを行うなどの方法が考えられる。そこで例えば子宮内の受精卵の移植位置に特徴があることが判明したような場合には、その位置について、基準点を設けたり、数値化する（例えば、子宮深部の○cm○○側の位置が良い、など）ことで、他の家畜人工授精師でも真似ができるような形式知にしていく。なお、形式知化に当たって記録する媒体は、紙に限らず、音声や動画でも構わない。また、より大規模な生産者であれば、複数の家畜人工授精師の受精卵の移植位置や繁殖率のデータを取得して、AI

(人工頭脳)等を用いて解析するなどして、より精緻な技術・ノウハウ等として把握することもできる。

このように技術・ノウハウ等の形式知化を図ることにより、第三者に盗用されて紛争になった場合に、形式知化の過程で記録された媒体を営業秘密の内容や盗用の立証に使用することもできるし、Aも自身の技術のどこが他人の技術と異なるのかなどをあらためて見直し、自身の技術の特徴をさらに精緻に捉える契機にもなったり、改善すべき点などが見つかるなど、技術・ノウハウ等として、よりブラッシュアップされることも期待できる。

<暗黙知である水分量の管理技術>

農業法人における作物を育てる際の水分量の管理技術などについても、暗黙知を形式知化する過程で、内容が整理され、明確になっていくことが期待できる。

例えば水分を与えるタイミングについて、通常の生育法に比べて、水分を与える回数や量を減らすという手法があるとして、これを形式知化するに当たって、より詳細に技術・ノウハウ等の検討を行うことで、技術・ノウハウ等の内容として、より伝達・継承がしやすい情報になっていくとともに、その内容もブラッシュアップされることが期待できる。

例えば、水分を与える回数を変えずに水分量を増減してみたり、逆に水分量は変えずに水分を与える回数を増減してみたりすることで、水分を与える回数と量のどちらが(あるいはどちらも)ポイントなのかが判明したり、水分を与える回数を闇雲に減らすのではなく、作物の葉の周囲に変色が見られるまで水分量を抑えることがポイントであることが判明するということも考えられる。それにより、新たな技術・ノウハウ等が生まれる場合もあれば、今までの技術・ノウハウ等を、さらに最適化できる場合もある。

このような暗黙知の形式知化の過程で整理された内容をマニュアル化しておけば、当該法人の栽培担当者が異動・退職した後も組織として最適化された技術・ノウハウ等を継承していくことができるし、当該マニュアルを適切に管理することにより、例えば、他の法人により当該技術・ノウハウ等を模倣された場合にも、営業秘密としての保護を受ける(使用の差止めなど)ことが可能となる。

(3) 情報の帰属等の確認

技術・ノウハウ等の創出の過程で、複数の者が関与する場合などには、創出された技術・ノウハウ等が関与した者のうちの誰に帰属するのかが不明確になってしまうケースがある。

このような例として、生産者がメーカーから依頼されてサンプルの肥料等を使用した際の生育状況に関するデータは、生産者がメーカーからロボットやセンサー、ドローンなどの機

器を提供され、その設置・使用によってデータが取得されることが想定される。

現状では、これらのデータを利用する権限の帰属等（取得するデータ範囲や利用目的、第三者への提供の可否を含む）について、事前に契約等で明確に取り決めておらず不明確なケースも多く、将来紛争になってしまうおそれもある。

例えば、上記肥料のサンプル提供の例で言えば、生産者からメーカーに対して、サンプルの使用感などをフィードバックすることは、両者の間で合意されていると言えるであろうが、サンプルを使用するに当たって生産者側で工夫した使用方法といった技術・ノウハウ等や、生育データ（収量データや他の肥料と比較したデータなど）を利用する権限の帰属等については、必ずしも明確ではない。その結果、メーカー側としては、自分で自由にデータを利用しても良いと考えて、生産者に同意を得ることなく営業資料などに掲載してトラブルになるといったことも想定される。

そこで、データのやりとりに当たっては、提供する情報やデータの範囲、その利用権限の帰属や利用目的、第三者への提供の可否などを、生産者とメーカーとの間で契約等により明確にしておくことが望ましい。生産者が農業データをメーカーに提供する際に締結する契約に関しては、「農業分野におけるAI・データに関する契約ガイドライン」においてモデル契約書も用意されているので、参考にすると良い。

事例解説2 メーカーからサンプルの提供を受けた肥料の使用結果データの提供

メーカーから、新たな肥料Xのサンプルの提供を受け試験的に使用することになった。使用した結果得られたデータについては、メーカーと契約を締結し、メーカーが指定する用法に従って得られたデータの利用権限については、メーカーに帰属するものとし、生産者が独自に用法を工夫して得られたデータの利用権限については、生産者に帰属することで合意した。

生産者がサンプル肥料Xに市販の肥料Yを1：4の割合で混合して試用した結果、従来の肥料に比べて、糖度を維持しつつ、約1.5倍の収量が得られた。

メーカーからサンプルの提供を受ける際には、得られたデータの利用権限の帰属や利用目的、第三者への提供の可否等が不明確となりがちであるから、試用開始前にこれらの点を明らかにすべく契約等を締結することも検討すべきである。

II 営業秘密管理指針の農業分野への当てはめ <理論編>

1 総説

○（不正競争防止法の位置付け）

・不正競争防止法は、他人の技術開発、商品開発等の成果を冒用する行為等を不正競争として禁止している。具体的には、ブランド表示の盗用、形態模倣等とともに、営業秘密の不正取得・使用・開示行為等を差止め等の対象としており、不法行為法の特則として位置づけられるものである。

○（不正競争防止法における営業秘密の定義）

・不正競争防止法第2条第6項は、営業秘密を

①秘密として管理されている[秘密管理性]

②生産方法、販売方法その他の事業活動に有用な技術上又は営業上の情報[有用性]であって、

③公然と知られていないもの[非公知性]

と定義しており、この三要件全てを満たすことが法に基づく保護を受けるために必要となる。

（管理指針3ページ）

知的財産法のなかでも、特許法や著作権法、種苗法などは、特許権や著作権、育成者権といった権利を付与するものであって、権利付与法などと呼ばれているのに対し、不競法は一定の行為類型を不正競争として禁止することから、行為規制法などと呼ばれている。

不競法上の営業秘密として保護を受けるためには、一般に、①秘密として管理されていること（秘密管理性）、②事業活動に有用な情報であること（有用性）及び③公然と知られていないこと（非公知性）の3つの要件を満たしていることが必要と解されている。

この3要件について、Iの3（1）「不正競争防止法の営業秘密」の箇所でも前述したとおり、不競法上の営業秘密として法的保護を受けるために必要となる最低限の水準の対策を示すものとして、経済産業省が管理指針を定め、公開している。これまで、農業分野においても、特許権、商標権、意匠権及び育成者権などの権利取得は行われてきたところであるが、これらに加えて、不競法の営業秘密の枠組みを利用して、技術・ノウハウ等を保護することも重要である。

管理指針が述べるところは、一般論としては農業分野にも当てはまるものであるが、一方

で、農業分野特有の事情や慣行も存在する。そこで以下では、管理指針を基本としつつ、農業分野特有の事情や慣行を踏まえた、技術・ノウハウ等の保護のあり方について、検討する。

2 秘密管理性について

(1) 秘密管理要件の趣旨

秘密管理性要件の趣旨は、企業が秘密として管理しようとする対象（情報の範囲）が従業員等に対して明確化されることによって、従業員等の予見可能性、ひいては、経済活動の安定性を確保することにある。

○（営業秘密の情報としての特性）

営業秘密は、そもそも情報自体が無形で、その保有・管理形態も様々であること、また、特許権等のように公示を前提とできないことから、営業秘密たる情報の取得、使用又は開示を行おうとする従業員や取引相手先（以下、「従業員等」という。）にとって、当該情報が法により保護される営業秘密であることを容易に知り得ない状況が想定される。

○（秘密管理性要件の趣旨）

秘密管理性要件の趣旨は、このような営業秘密の性質を踏まえ、企業が秘密として管理しようとする対象が明確化されることによって、当該営業秘密に接した者が事後に不測の嫌疑を受けることを防止し、従業員等の予見可能性、ひいては経済活動の安定性を確保することにある。

○（留意事項）

秘密管理性要件については、企業が、ある情報について、相当高度な秘密管理を網羅的に行った場合にはじめて法的保護が与えられるべきものであると考えることは、次の理由により、適切ではない。

- 現実の経済活動において、営業秘密は、多くの場合、それを保有する企業の内外で組織的に共有され活用されることによってその効用を発揮する。企業によっては国内外の各地で子会社、関連会社、委託先、又は、産学連携によって大学などの研究機関等と営業秘密を共有する必要があるため、リスクの高低、対策費用の大小も踏まえた効果的かつ効率的な秘密管理の必要があること。
- 営業秘密が競争力の源泉となる企業、特に中小企業が増加しているが、これらの企業に

対して、「鉄壁の」秘密管理を求めることは現実的ではない。仮にそれを求めることになれば、結局のところ、法による保護対象から外れてしまうことが想定され、イノベーションを阻害しかねないこと。

- 下請企業についての情報や個人情報などの営業秘密が漏えいした場合、その被害者は営業秘密保有企業だけであるとは限らないこと。

(管理指針4～5ページ)

不競法2条6項が、営業秘密として保護を受けるための要件として、単に当該情報が公然と知られていないこと（非公知であること）のみならず、当該情報が秘密として管理されていること（秘密管理性）を要求している趣旨は、上記引用した管理指針で説明されており、「秘密として管理しようとする対象（情報の範囲）が従業員等に対して明確化されることによって、従業員等の予見可能性、ひいては、経済活動の安定性を確保すること」にある。

管理指針も指摘するとおり、秘密管理性の程度として鉄壁の秘密管理が求められるものではない。特に農業分野においては、小規模な生産者が、各自様々な工夫をして技術・ノウハウ等を保有していることや、技術・ノウハウ等やこれが化体した物件が屋外に存在せざるを得ないことも想定される。屋外において、常時監視できるように監視カメラを設置したり、広い範囲を施錠管理したりといったことは、多大な労力と費用を要するのであって、営業秘密として保護されるために、秘密管理措置として、個別具体の状況・事情を考慮せず、これらの措置を例外なく必須のものとして要求することは現実的ではない。

秘密管理性の趣旨に立ち返り、従業員等の認識可能性を確保するために、農業分野の特殊性を踏まえてどのような措置が有効であるかを検討すべきである。

(2) 必要な秘密管理措置の程度

ア 農業分野の特殊性

秘密管理性要件が満たされるためには、営業秘密保有企業の秘密管理意思が秘密管理措置によって従業員等に対して明確に示され、当該秘密管理意思に対する従業員等の認識可能性が確保される必要がある。

具体的に必要な秘密管理措置の内容・程度は、企業の規模、業態、従業員の職務、情報の性質その他の事情の如何によって異なるものであり、企業における営業秘密の管理単位における従業員がそれを一般的に、かつ容易に認識できる程度のものである必要がある。

○（総説）

秘密管理性要件が満たされるためには、営業秘密保有企業が当該情報を秘密であると単に主観的に認識しているだけでは不十分である。

すなわち、営業秘密保有企業の秘密管理意思（特定の情報を秘密として管理しようとする意思）が、具体的状況に応じた経済合理的な秘密管理措置によって、従業員に明確に示され、結果として、従業員が当該秘密管理意思を容易に認識できる（換言すれば、認識可能性が確保される）必要がある。

取引相手先に対する秘密管理意思の明示についても、基本的には、対従業員と同様に考えることができる。

（管理指針6ページ）

○（その他の秘密管理措置）

- ・ 秘密管理措置の具体的な内容・程度は、当該営業秘密に接する従業員の多寡、業態、従業員の職務、情報の性質、執務室の状況その他の事情によって当然に異なるものであり、例えば、営業秘密に合法的かつ現実的に接しうる従業員が少数である場合において、状況によっては当該従業員間で口頭により「秘密情報であること」の確認をしている等の措置で足りる場合もあり得る。

（管理指針8ページ）

上述（1）のとおり、秘密管理性要件の趣旨は、従業員等の予見可能性、ひいては、経済活動の安定性を確保することにあるが、具体的に必要な秘密管理措置の内容・程度が、企業の規模、業態、従業員の職務、情報の性質その他の事情の如何によって異なるというのは、管理指針も指摘するとおりである。個人経営が95%超を占め、法人化されている場合でも従業員は数人程度と少ないことが大半である農業分野では、このような生産者の現場の実態に即した秘密管理措置が求められるのであって、実態に照らし過度な負担を強いるものではない。

生産者の多くを占める従業員が数人以下の場合（家族のみの場合を含む）には、従業員間の意思疎通が図りやすい一方、技術・ノウハウ等に触れることができる者を限定してしまうと、ただでさえ少ない人数をやりくりしながら日々作業を行っている現場において、業務の効率を著しく害してしまうおそれがある。そこで、こういった小規模の生産者においては、技術・ノウハウ等を従業員・家族間で共有することを前提として、その内容を従業員・家族以外には秘密にすべきという認識を、しっかりと従業員・家族間で共有することこそが、秘

密管理措置として重要である。

これに対し、一定数（例えば数十人規模）の従業員を雇用する生産者になると、全ての従業員の間で綿密な意思疎通を図ることが困難な場合も生じてくる。このような場合には、技術・ノウハウ等に触れることができる従業員を制限し、その限られた従業員の間で当該技術・ノウハウ等が秘密であるという認識を高めたり、書面で秘密情報の管理のルールを定め、従業員間の秘密情報の管理意識を醸成するなど、経営の規模に応じた秘密管理措置を施すべきである。

また、農業分野のもう1つの特殊性として、農協における生産部会が設置され、各生産者が生産技術を持ち寄ったり、都道府県の普及指導員や農協の営農指導員が各生産者を巡回して技術指導を行うといったことが行われている。このような場面では、一定の人的範囲で生産技術を共有することを目的としているため、共有する技術・ノウハウ等と、各生産者自身に留める技術・ノウハウ等とをしっかりと区別しておく必要がある。また、技術・ノウハウ等を共有する場合であっても、共有する人的範囲を定め、その範囲に応じた適切な管理措置をとることが重要となる。

イ 秘密管理措置の対象者

○（秘密管理措置の対象者）

- ・ 秘密管理措置の対象者は、当該情報に合法的に、かつ、現実には接することができる従業員等である。
- ・ 従業員に対する秘密管理措置があれば、侵入者等（住居侵入罪にあたる行為により情報に接触する者など法第2条第1項第4号及び第21条第1項第1号にいう詐欺等行為又は管理侵害行為等によって営業秘密を取得しようとする者）に対しても秘密管理性は確保されるのであって、営業秘密保有企業の秘密管理意思が従業員に対するものとは別に侵入者等に示される（別の秘密管理措置が行われる）必要はない。

（管理指針6～7ページ）

（ア）侵入者等との関係

上述の管理指針が述べるとおり、認識可能性を確保すべき「従業員等」とは、「営業秘密たる情報の取得、使用又は開示を行おうとする従業員や取引相手先」と定義されている。秘密管理措置は、このような従業員等との関係で要求されているのであって、秘密情報を窃取しようとするような侵入者等との関係で、特段の秘密管理措置がとられていることまでの必要はない。

この点は、農業分野、特に屋外に存在する技術・ノウハウ等との関係において、非常に重要である。屋内と異なり、屋外では外部からの侵入者等を物理的に排除することは困難である。ほ場に施錠することは通常には行われていないし、ビニールハウスであれば、施錠することは可能であるとしても、建物のような堅牢性はなく、ビニールを破って侵入することは容易にできてしまう。そのため、例えばF1品種の親系統や品種登録出願前の開発中の品種などを栽培している区画に、外部からの侵入を防ぐ目的で「立入禁止」などと記載した立看板を設置してしまうと、却って当該区画で重要な品種が生育されていることが侵入者等に察知され、侵入を招く結果となるおそれがある。

上記のような秘密管理要件の趣旨に照らせば、「立入禁止」などと表示したり、ほ場を囲いなどで隔離したり、屋外に監視カメラを設置するといった措置は、従業員に対して秘密であることの認識可能性を高める措置とは言えるものの、侵入者等への対策として必要な秘密管理措置ではない。

(イ) 従業員等との関係

管理指針も指摘するとおり、秘密管理措置は従業員等との関係において、秘密である旨の認識可能性を確保すること（ある技術・ノウハウ等に接した者が、それが会社にとって秘密にしたいものであると認識できるようにされていること）が重要である。

ここでいう従業員等とは、「当該情報に合法的に、かつ、現実には接することができる」者である（家族を含む）。雇用している従業員が少数の場合等には、技術・ノウハウ等に触れることができる者を限定してしまうことは、現実的ではない。そこで、平素より、部外者に知られては困る重要な情報については注意を促しておくことが重要であり、それにより従業員間等での認識可能性が確保できる。

一方で、雇用している従業員の数に関わらず、施肥や水やりなどの区画を限定して実践することが難しい技術・ノウハウ等については、実践現場への立入を特定の従業員に限定することは現実には難しく、不可避免的に多くの従業員の目に触れてしまうことが想定される。このような性質の技術・ノウハウ等について従業員等の認識可能性を確保するという観点では、経営規模の大小に関わらず、平素から従業員等への注意喚起、教育により、安易に外部に伝達してはいけない情報であることを伝えておくことが重要となる。

また、経営の規模によって、一定数以上の従業員を雇用している場合には、秘密情報の取扱いに関する意識を社内で醸成するために、社内の規則や誓約書などの書面によって、秘密情報の取扱いのルールを定めることも考えられる。ただし、上述した秘密管理性要件の趣旨に照らせば、従業員等にある技術・ノウハウ等がその会社にとって秘密として管理したいも

のであるという認識を持ってもらえるように措置を講じていることが重要であって、必ずしも契約（合意）という形式による必要はない。

さらに、一定数以上の従業員を雇用する場合には、技術・ノウハウ等に接する従業員等を限定し、従業員等が不必要に技術・ノウハウ等に接することがないように管理することも重要である。

例えば、以下の**事例解説3**のように、秘密とすべき品種を栽培しているほ場に立ち入ることができる従業員を制限したり、立ち入る従業員に対してもそこで栽培されている品種名を開示しないといった対応も考えられる。例えば、F1品種の親系統のように、重要な秘密情報ではあっても、一見しただけではそこに秘密情報が化体していることや、その内容が把握できないような場合は、特別な取扱いをしてしまうと、却ってそこに何か秘密情報があることに気付かれやすくなり、情報流出のリスクを高めることにもなりかねない。このため、そういった情報については、むしろ従業員等の注意が向かないような取扱いをするという工夫が重要であろう。

事例解説3 屋外に存在するF1品種の親系統の保護

F1品種については、品種登録出願を行わずに、または、品種登録出願する場合でも親系統の情報を開示しないことで、親系統の情報を公知にしないということが従来から多く行われている。

しかしながら、親系統についても、種子の更新のために屋外のほ場で栽培せざるを得ない場合がある。このような場合の親系統の管理方法として、社内ではほ場を区画に分けた上で、各区画でどのような品種が栽培されているかわからないよう、区画A、区画Bなどと記号で呼んでいるケースもある。また、「侵入禁止」などと表示をすると、却って優良品種が栽培されていることを察知されやすいため、外部に対しては、特段の表示も行っていない（あるいは「区画A」など、記号のみを表示する。）。

(ウ) 技能実習生との関係

日常的に業務に携わる者として、海外から技能実習生を招いているケースも想定される。

技能実習生との関係でも、一般の従業員に関して上記(イ)で述べたところが当てはまるが、技能実習生はもともと営農技術を習得し、習得した営農技術を自国に持ち帰り、自国の営農技術の発展に貢献することを目的としている点において、特殊性を持つ。

営業秘密が海外で流布・使用された場合には、国際裁判管轄（どこの国で裁判を行うことができるのか）や準拠法（どこの国の法律を適用して判断が行われるのか）などの問題もあ

り、法的手続をとることに困難を伴うケースも多いと想定される。したがって、一般的な営農技術を伝達することは構わないとしても、生産者独自の技術・ノウハウ等については、技能実習生がこれに接する機会をできるだけ制限するなど、不用意に開示をしないことが推奨される。

(エ) 臨時に立ち入る者（見学者等）との関係

農業分野では、恒常的な従業員以外の者がほ場等に入出入りすることが想定される。例として、収穫などの繁忙期に合わせて臨時で雇用する作業員、農場見学の参加者などが挙げられる（以下、これらを総称して「見学者等」という。）。

これらの見学者等との関係における秘密管理措置としては、見学者等が立ち入る区画を限定することが可能であれば、秘密として保持すべき区画への立入りを防止することが最も確実かつ簡便な方法であろう。特に果実が実っていて、外観上品種の判別がされやすい時期などは、安易に見学者等を立ち入らせないなどの対策が重要である。

一方、事情により見学者等が立ち入らざるを得ない場合には、見学者等に秘密情報に着目させないような工夫が重要である。立看板などを安易に設置してしまうと、却って注目を集める結果となってしまうことは、侵入者や従業員の場合と同様である。

(オ) 普及指導員、営農指導員

ほ場等に臨時に立ち入ることが想定される者に関連して、農業分野に特有の事情として、都道府県の普及指導員や農協の営農指導員（以下、両者を合わせて「指導員」という。）が、管轄内の生産者を巡回し、個々の生産者に対して技術や経営の指導を行うということが、広く行われている。

指導員は、指導に当たって実際にほ場などに立ち入る際に、様々な生産者の技術・ノウハウ等に接する機会があり、指導員は、管轄内の生産者の技術力や経営力の向上を目的としているため、記憶している技術・ノウハウ等を、分け隔てすることなく、管轄内の生産者に広く伝達するということが行われている。しかし、個々の生産者に帰属する技術・ノウハウ等について、これをオープンにするのか、クローズにするのかは、本来その保有者である個々の生産者が選択すべきものであって、生産者としてはクローズにしたかった情報が、その意思に反して他の生産者に伝達されてしまうのは望ましくない。

指導員のうち都道府県の普及指導員については、地方公務員法34条に基づいて守秘義務を負っているところではあるが、どの技術・ノウハウ等が守秘すべき対象であるのかを認識できなければ、秘密だと思わずに開示されてしまうおそれがある。

そこで、指導員が立ち入ることになる生産者の側では、指導員が見聞する可能性がある技術・ノウハウ等の中に、他の生産者に対して伝達して欲しくない情報が含まれる場合には、そのことを指導員が認識できるように、適切な秘密管理措置をとる必要がある。

例えば、見学者等との関係と同様、上述したような措置（「(エ)臨時に立ち入る者（見学者等）との関係」）をとることが考えられる。ただし、指導員は、もともと技術・ノウハウ等を管轄内の生産者に伝達する役割を有していることから、見聞した技術・ノウハウ等が秘密として保持すべきものであるにも関わらず、そのように認識されずに開示されてしまうような場合に問題となり得る。このため、特に指導員との関係においては、「他の生産者に伝達してよい情報」と「伝達してはならない情報」とを明確に区別できるよう、文書などで特定しておくことも有益である（なお、技術・ノウハウ等の特定は、必ずしも内容まで詳細に記載する必要はなく、「肥料の配合割合」など技術・ノウハウ等が特定できれば足りる。）。

加えて、指導員が所属する都道府県や農協などにおいては、指導員が見聞する技術・ノウハウ等の中には、生産者において秘密としたいものも含まれることや、他の生産者に伝達して良い情報と伝達してはいけない情報の区別を意識すること、他の生産者に伝達して良い情報かどうかを生産者に確認するよう心がけること、その際に秘密としたい旨の申し出があった技術・ノウハウ等については他の生産者に伝達してはならないことなどを、日頃から指導員に対して指導しておくことが、生産者との信頼構築のためにも有益であろう。

また、万が一、指導員において生産者の営業秘密を漏えいするなどの事態が生じてしまえば、指導員が所属する都道府県や農協などにおいても、法的責任を負うことがあり得るといふ認識を持つ必要がある。

ウ 合理的区分

○（合理的区分）

- ・ 秘密管理措置は、対象情報（営業秘密）の一般情報（営業秘密ではない情報）からの合理的区分と当該対象情報について営業秘密であることを明らかにする措置とで構成される。
- ・ 合理的区分とは、企業の秘密管理意思の対象（従業員にとっての認識の対象）を従業員に対して相当程度明確にする観点から、営業秘密が、情報の性質、選択された媒体、機密性の高低、情報量等に応じて、一般情報と合理的に区分されることをいう。
- ・ この合理的区分とは、情報が化体した媒体について、例えば、紙の1枚1枚、電子ファイルの1ファイル毎に営業秘密であるか一般情報であるかの表示等を求めるものではなく、企業における、その規模、業態等に即した媒体の通常の方法に即して、営業秘密であ

る情報を含む（一般情報と混在することもありうる。）のか、一般情報のみで構成されるものであるか否かを従業員が判別できればよい。

（管理指針7ページ）

（ア）媒体の要否

対象情報と一般情報とを合理的に区分する上で、必ずしも情報が媒体に記録されていることが必要なわけではない（管理指針12ページも参照。）。特に農業分野では、媒体に記録されていない技術・ノウハウ等も多く存在しており、媒体に記録されていない技術・ノウハウ等であっても、その内容が形式知化（言語化、データ化等）されていれば、口頭で管理、伝達は可能であり、秘密として管理できる。

ただし、秘密情報の範囲を明確にするため、伝達、承継をより正確かつ容易にするため、紛争となった場合の立証のため、といった様々な目的から、形式知化した技術・ノウハウ等を媒体に記録しておくことは有益である。なお、記録する媒体は紙に限らず、PDFや音声ファイル、動画ファイルなど、技術・ノウハウ等の内容、性質に応じた形式の電磁的媒体に記録することも可能である。

なお、媒体に記録せずに管理することを選択する場合には、技術・ノウハウ等の内容や外縁が不明確となって、一般情報との区別が曖昧になってしまわないように注意をすべきである。秘密情報の内容をできるだけ特定した上で、その取扱い方や、共有範囲などについて、平素から従業員等に対して指導を行うなどの措置によって、従業員等の認識可能性を確保するよう心がけるべきである。

（イ）紙媒体、電子媒体の場合

① 紙媒体の場合

○ 典型的な管理方法

- ・ 前述のとおり、ファイルの利用等により一般情報からの合理的な区分を行ったうえで、基本的には、当該文書に「マル秘」など秘密であることを表示することにより、秘密管理意思に対する従業員の認識可能性は確保されと考えられる。
- ・ 個別の文書やファイルに秘密表示をする代わりに、施錠可能なキャビネットや金庫等に保管する方法も、認識可能性を確保する手段として考えられる。

（管理指針10ページ）

② 電子媒体の場合

○ 典型的な管理方法

- ・ データなどの電子媒体で保管している場合も基本的には紙媒体と同様であるが、電子情報の場合は、通常、次のような方法のいずれかによって、秘密管理性の観点から十分な秘密管理措置となり得るものと考えられる。
 - － 記録媒体へのマル秘表示の貼付
 - － 電子ファイル名・フォルダ名へのマル秘の付記
 - － 営業秘密たる電子ファイルを開いた場合に端末画面上にマル秘である旨が表示されるように、当該電子ファイルの電子データ上にマル秘を付記（ドキュメントファイルのヘッダーにマル秘を付記等）
 - － 営業秘密たる電子ファイルそのもの又は当該電子ファイルを含むフォルダの閲覧に要するパスワードの設定
 - － 記録媒体そのものに表示を付すことができない場合には、記録媒体を保管するケース（CDケース等）や箱（部品等の収納ダンボール箱）に、マル秘表示の貼付
- ・ また、外部のクラウドを利用して営業秘密を保管・管理する場合も、秘密として管理されていれば、秘密管理性が失われるわけではない。例えば、階層制限に基づくアクセス制御などの措置が考えられる。

（管理指針11～12ページ）

⑤ 複数の媒体で同一の営業秘密を管理する場合

- ・ 同一の情報を紙及び電子媒体で管理することが企業実務で多く見られるが、複数の媒体で同一の営業秘密を管理する場合には、それぞれについて秘密管理措置が講じられることが原則である。
- ・ ただし、従業員が同一の情報につき複数の媒体に接する可能性がある場合において、いずれかの媒体への秘密管理措置（マル秘表示等）によって当該情報についての秘密管理意思の認識可能性が認められる場合には、仮にそれ以外の媒体のみでは秘密管理意思を認識しがたいと考えられる場合であっても、秘密管理性は維持されることが通常であると考えられる。

（管理指針12～13ページ）

紙媒体や電子媒体に秘密情報が記録されている場合の、管理方法については、農業分野と他の分野とで、大きく異なるところはない。

比較的小規模な生産者を想定した場合、管理指針が挙げる秘密管理措置のうち、秘密情報を「マル秘」と表示したファイルに保管する、電子ファイルやフォルダ名に「マル秘」と付記するなどといった対応が、過度の負担なく採用し得るものとして参考になる。

事例解説4 スマート農業により得られたデータの取扱い

生産者数の減少や、1人当たりの作業面積の拡大など、生産現場の様々な課題を解決するため、ロボットやAI、IoT等の先端技術を活用したスマート農業技術の導入が進んでいる。

スマート農業を実践する過程で得られた各種データ（センサーやドローンで取得されたデータなど）にも、重要な技術・ノウハウ等が含まれており、適切に秘密管理することで、営業秘密として保護され得る。

こうしたデータの取扱いに関し、生産者においては、その規模に応じた秘密管理措置をとる必要がある。家族のみのような従業員が少数の生産者であれば、家族内や従業員との間でこのデータが重要であるという認識を共有する、より大規模な生産者であれば、データを記録したコンピュータやフォルダにアクセスできる従業員を制限するなどの方法が考えられる。

また、このような生産者側の秘密管理に加えて、事例解説2で述べたとおり、ロボットやセンサー、ドローンなどを提供・販売するメーカーと、これらを設置・使用する生産者の間で、データの権利関係（サーバーにおけるデータ管理を含む）について問題とならないよう、事前に契約等により取決めをしておくべきである。具体的には、生産者がメーカーにデータを提供する際に、メーカーでデータを使用できる範囲や目的を特定し、目的外利用や第三者への開示を禁止することなどを内容とする契約を締結することが考えられる。このような契約の締結に当たっては、「農業分野におけるAI・データに関する契約ガイドライン」も参考となる。

(ウ) 物件に化体した営業秘密

不競法上の営業秘密としての保護を受けるためには、秘密情報が文字や映像などによって表現されている必要はなく、物件に化体し、その形状等から把握できる情報であってもよい⁶。

農業分野においても、秘密情報が化体した物件として、F1品種の親系統や、農作業に用いる手工具の形状などが想定されるが、これらについても当該物件を適切に秘密管理措置することによって、営業秘密として保護され得るものである。

⁶ プラスチック木型事件（東京地判平29・2・9（平26（ワ）1397ほか）、知財高判平30・1・24（平29（ネ）10031））は、婦人用コンフォートシューズを製作するために用いる木型に化体された靴の設計情報（形状・寸法）を営業秘密と認めた。

管理指針12ページでは、物件に営業秘密が化体している場合について、以下のとおり説明されている。

・ 製造機械や金型、高機能微生物、新製品の試作品など、物件に営業秘密情報が化体しており、物理的にマル秘表示の貼付や金庫等への保管に適さないものについては、例えば、次のような方法のいずれかを講じることによって、秘密管理性の観点から秘密管理措置となりうるものと考えられる。

- － 扉に「関係者以外立入禁止」の張り紙を貼る
- － 警備員を置いたり、入館IDカードが必要なゲートを設置したりして、工場内への部外者の立ち入りを制限する
- － 写真撮影禁止の貼り紙をする
- － 営業秘密に該当する物件を営業秘密リストとして列挙し、当該リストを営業秘密物件に接触しうる従業員内で閲覧・共有化する

(管理指針12ページ)

この説明は、主として屋内で物件が管理される場合を想定しているものと思われる。農業分野においても、営業秘密が化体した物件が屋内で管理されている場合には、上記例が参考になる。

これに対して、農業分野の特殊性として、営業秘密が化体した物件が、ほ場などの屋外で管理される場合も想定される。この場合には、上記「イ(ア)侵入者等との関係」において記載したとおり、「関係者以外立入禁止」などの表示を施すことは、却って外部の者に対して秘密にしたい技術・ノウハウ等が化体した物件の存在・所在を示すことになってしまうことになりかねないので、注意が必要である。

一定数以上の従業員を雇用する生産者であれば、ほ場を区画ごとに区分した上で、秘密情報の所在する区画に立ち入ることができる従業員を限定したり、立ち入る従業員に対してもそこで栽培されている品種名を開示しないといった対応や、一見しただけではそこに秘密情報が化体していること等が把握できないような場合は、従業員等の注意が向かないように工夫するといった方法をとることも考えられる。

(エ) 従業員等の体得した技能について

技能・設計に関するものなど従業員が体得した無形の技術・ノウハウ等について、管理指針では、以下のとおり説明されている。

・ 例えば、技能・設計に関するものなど従業員が体得した無形のノウハウや従業員が職務として記憶した顧客情報等については、従業員の予見可能性を確保し、職業選択の自由にも配慮する観点（※1）から、原則として、下記のような形で、その内容を紙その他の媒体に可視化することが必要となる。

－ 営業秘密のカテゴリーをリストにすること（※2）

－ 営業秘密を具体的に文書等に記載すること

※注1 これらの情報は、多くの場合、一般情報との区別が困難であるため、当該体得情報を可視化することなくその情報の使用を禁じてしまうと、従業員にとってはいかなる情報の開示・持ち出しが禁じられているのかが明確でなく、転職自体が困難となりかねない。

※注2 最先端の技術開発現場が典型的であるが、日々高度の営業秘密が創出・更新され、内容の整理分類が常時なされていない状況においては、カテゴリーのリスト化や秘密保持契約（あるいは誓約書）等による範囲の特定が有効であると考えられる。

・ 一方で、例えば、未出願の発明や特定の反応温度、反応時間、微量成分、複数の物質の混合比率が営業秘密になっている場合（化学産業などで多く見られる）などで、その情報量、情報の性質、当該営業秘密を知りうる従業員の多寡等を勘案して、その営業秘密の範囲が従業員にとって明らかな場合には、必ずしも内容そのものが可視化されていなくとも、当該情報の範囲・カテゴリーを口頭ないし書面で伝達することによって、従業員の認識可能性を確保することができるものと考えられる。

・ なお、従業員が体得した情報が営業秘密に該当する場合には、転職後の使用・開示によって、直ちに、民事上及び刑事上の措置の対象となるわけではない。従業員が営業秘密保有企業との関係で信義則上の義務に著しく反するような形で当該営業秘密の取得・使用・開示をした場合に限り、民事上又は刑事上の措置の対象となるのであり、その判断に当たっては、当該企業と従業員との間の信頼関係の程度、当該企業の利益、従業員の利益、営業秘密の内容等を踏まえた総合的な考慮によるものであることに留意が必要である。

（管理指針12～13ページ）

農業分野においても、雇用している従業員の転職などによる人材の流動や、指導員の異動などが想定される。また技能実習生は、もともと習得した営農技術を自国に持ち帰り、自国の営農技術の発展に貢献することを目的としており、いずれ生産者のところを離れることが当然に予定されている。

こういったケースにおける技術・ノウハウ等の意図しない流出を防ぐためには、転職や異動といった事象が生じる前の平素の段階から、従業員に対して、営業秘密の範囲やその取扱いを示しておくことで、従業員等が一般情報と秘密情報とが区別できるようにしておくことが重要である⁷。秘密情報の範囲を示す際には、個々の秘密情報の内容を特定することで秘密情報の範囲を画定することも可能であるし、秘密情報のカテゴリー（例えば、「ある特定の品種の栽培方法に関する情報」とか「肥料の配合に関する情報」など）を特定することで秘密情報の範囲を画定することも可能である。また、これらを組み合わせて、秘密情報をカテゴリーで特定しつつ、特に重要な秘密情報についてはその内容を特定するといった方法も考えられる。

また平素からの対策としては、秘密情報に接することができる従業員等を限定することも重要である。従業員等が転職等した場合でも、そもそも当該従業員等が秘密情報に接していなければ、秘密情報が流出する可能性が生じないし、従業員等が不必要に秘密情報に接することができたという事情は、秘密管理性を否定する事情にもなり得る。当該従業員等にとっても、秘密情報を流出させたという無用な疑いを抱かれずに済むし、自己が習得した技能の中に転職前の会社の営業秘密が混入しているのではないかと萎縮する必要もなくなる。

なお、退職後に秘密保持義務を負わせるに止まらず、競合する業務に従事すること自体を禁止する（競業避止義務を負わせる）場合には、より厳格に解されており、使用者と退職者との間で、退職後の競業避止義務に関する合意をしたとしても、無条件にその効力が認められるものではなく、使用者の利益、退職者の従前の地位、制限の範囲（期間・地域・職種等）、代償措置の有無や内容から、合意の有効性が判断されることになる。

エ 共有範囲と秘密管理性

② 複数の法人間で同一の情報を保有しているケース

秘密管理性の有無は、法人（具体的には管理単位）ごとに判断され、別法人内部での情報

⁷ ただし、形式的に秘密保持義務を定めたとしても、秘密とすべきものとされているノウハウ等が、他の会社においても習得できるような一般的なものであるような場合には、当該ノウハウ等との関係においては、秘密保持義務は無効と解釈され得ることに注意を要する。トータルサービス事件（東京高判平21・5・27（平21（ネ）356）

の具体的な管理状況は、自社における秘密管理性には影響しないことが原則である。

(管理指針14～15ページ)

(ア) 共有の際の秘密管理性の考え方

各生産者が他の生産者や農協、企業等と秘密情報を共有する場合には、営業秘密たる情報を管理している独立単位（管理単位）ごとに秘密管理性の有無が判断される（管理指針14ページなど）。したがって、例えば複数の生産者間で技術・ノウハウ等を共有する場合、各生産者がそれぞれにおいて、これまで説明してきたような適切な秘密管理措置をとる必要がある。しかし、仮に技術・ノウハウ等を共有している複数の生産者のうち、ある特定の生産者が秘密管理措置を怠っていた結果、当該生産者から情報が流出してしまったことについては、不競法に基づく権利行使はできないが、そのことによって、適切に秘密管理措置をとっていた他の生産者における秘密管理性が失われるわけではなく、適切な秘密管理措置がとられていた生産者から秘密情報を不正取得する行為は、不正競争行為となり、当該行為に対する損害賠償の請求等は可能である。ただし、この結果、当該秘密情報が公知のものとなってしまうと、それ以降は営業秘密としての保護を受けることができなくなることに留意が必要である。

(イ) 地域のグループ内での共有

農業分野における特殊性として、地域の生産者グループや農協の生産部会内で協力して生産を行うという点が挙げられる。これらの団体には法人格がない場合が多いと思われるが、そういった生産者グループや部会内で、秘密情報の管理のルールを定めておくことは重要である。生産者グループや部会の中で秘密情報が適切に管理されていることが、個々の生産者や農協において秘密管理性が認められ不競法上の権利行使を行う上で重要な基礎となる。すなわち、農協が当該秘密情報を営業秘密として保護するためには、生産部会における適切な管理が必要である。

なお、当該生産者グループや部会が、いわゆる権利能力なき社団と評価し得るような場合⁸であれば、当該生産者グループや部会自身が主体となり、不競法上の権利行使を行うことも可能である。

⁸ 権利能力なき社団の成立要件として、最判昭39・1015（民集18巻8号1671頁）は、「団体としての組織をそなえ、そこには多数決の原則が行われ、構成員の変更にもかかわらず団体そのものが存続し、しかしてその組織によつて代表の方法、総会の運営、財産の管理その他団体としての主要な点が確定しているものでなければならない」と判示している。

農業分野では、個々の生産者が生産部会等に対して、自己の技術・ノウハウ等を開示するケースや、生産部会等での検討の結果、技術・ノウハウ等（例えば、生産部会が作成する栽培暦や防除暦などは、その例である。）が創出されるケースなどが想定される。こういった生産部会等においては、生産部会等に参加する生産者間でその場でやりとりされる技術・ノウハウ等については、外部に開示してはならないという認識を共有することが重要である。また、自身の技術・ノウハウ等と他のメンバーから聞いた技術・ノウハウ等を区別するよう心がけるべきである。技術・ノウハウ等については、この区別があいまいになりやすいことから、生産部会に共有する意図がない場合には不必要に自身の技術・ノウハウ等を開示しないようにすべきであるし、生産部会内に限って技術・ノウハウ等を開示する（又は開示を受ける）場合には、その内容を書面等において特定し、後日、自身の技術・ノウハウ等と他のメンバーから聞いた技術・ノウハウ等の混同が生じないような措置をとることも肝要である。

加えて、農協の生産部会であれば、農協自身も漏えいの責任を負う可能性があることを踏まえ、生産部会の規約を定めたり、生産部会に参加する者との間で秘密保持契約を締結するなど、情報の取扱いに関するルールを積極的に整備し、参加メンバーに周知すべきである。特に、この場合には、そのメンバーの加入や脱退が想定されることから、生産部会等を脱退後は、そこで開示された技術・ノウハウ等を使用してはならない旨を、上記ルールにおいて定めておくことも重要である。

事例解説5 農協の生産部会が独自に作成した栽培暦の共有

農業分野では、各作物の目安となる作業時期や作業の手順、生産に必要な資材などの情報を整理した栽培暦が作成され、地域の生産者に共有されていることが多い。

例えば、地域の特産品を生産する農協の生産部会が作成する栽培暦は、生産部会内での検討の結果生まれた独自の技術・ノウハウ等が含まれ、特定の産地内に限って共有されることを想定していることも多い。

このような場合、栽培暦の共有範囲を明確に定め、その範囲外に開示してはならないという認識を生産者間で共有することが重要である。また、生産部会内で秘密保持契約を締結したり、配付する栽培暦の紙媒体や電子媒体に取扱い制限（「〇〇生産部会内限り」など）を明記したりしておくことも有効である。

(ウ) 県単位など広範囲での共有

農業分野の特殊性として、技術・ノウハウ等の共有範囲が広くなることが想定される。例えば、県が開発した優良品種の栽培方法について、県内の生産者には広く共有する一方、県

外にはこれを流出させないようにしたいというケースが存在する（事例解説6）。

このような場合に、秘密管理性及び非公知性の要件との関係において、県内などの広い地域において共有されている技術・ノウハウ等が秘密として管理されているのか、非公知と言えるのかという問題が生じ得る。共有範囲が広くなればなるほど、技術・ノウハウ等を秘密として保護すべきであるという認識が薄まりやすくなるという事情はあるとしても、ある技術・ノウハウ等に接した県内の生産者がそれを秘密であると認識でき、県外の実業家に対してはその内容が明らかになっていないのであれば、これを営業秘密から除外する理由はない⁹。

したがって、共有範囲が広がる場合には、共有範囲が狭い場合と比べて、秘密である旨の認識可能性を担保するために、秘密情報の範囲をより一層明確に特定した上で、秘密保持契約などを締結するなどの方法によって、秘密として管理すべき旨を、個々の生産者に対してより一層明確に示す必要はあるが、そのような方策がとられている限り、なお秘密管理性及び非公知性は認められる。

事例解説6 県が開発した優良品種の栽培方法の県内での共有

県が開発した優良品種について、高品質かつ高収量を実現するためには、品種自体を種苗法の品種登録を行うことで保護することはもちろんのこと、当該品種の栽培方法について、厳格な基準を策定し、県内の生産者にのみ共有することにより適切な方法で栽培することも極めて重要である。

この場合、県内という広い範囲で共有することになるため、秘密情報の範囲が明確に特定できるように、栽培方法は文書に記録、保管するとともに、共有する個々の生産者との間で、秘密保持契約を締結することが望ましい。また、年に1回程度、栽培方法の県外への流出防止のための講習会を開き、注意喚起を行うことも有効である。

(3) 留意事項

- ・ 情報に対する秘密管理措置がその実効性を失い「形骸化」したともいえる状況で、従業員が企業の秘密管理意思を認識できない場合は、適切な秘密管理措置とはいえない。

※注 一時的ないし偶発的な管理不徹底に過ぎず、当該企業の秘密管理意思に対する従業員の認識可能性に重大な影響を与えない場合まで「形骸化」と評価することは適切で

⁹ 実際にも、全国にチェーン展開をするコンビニエンスストアなどにおいて、店舗の運営マニュアルなどが営業秘密として扱われているケースもある。このように、地理的・人数的に共有範囲が広い場合であっても、それだけで営業秘密としての保護が否定されるべきではない。

はない。

- ・ 個人情報保護法で保護される個人情報については、同法で漏えい対策を含む安全管理義務が保有企業に対して義務づけられており、それが従業員にとっても明らかであり、かつ、一般情報との区別も外見上明確であることから、その他の情報に比べて、秘密管理性が認められる可能性が高いものと考えられる。
- ・ なお、秘密管理性とは別に、企業が社会的責任として講じることが期待される情報漏えい防止対策には、その内容は企業の自主的な判断によるものの、漏えいリスクの大小等に応じて、従業員の行動に対する各種の意識啓発、牽制や漏えいの検知等を行って漏えいリスクを減少する方策、又は、被害拡大を防止するための方策が含まれることが通例であり、秘密管理措置とは必ずしも一致しないため留意が必要である。

(管理指針8～9ページ)

これまで説明してきたとおり、秘密管理性要件の趣旨は、従業員等に対して秘密情報であることの認識可能性を担保することにある。したがって、形式的には秘密である旨表示されていても、実態において一般情報と変わらない扱いがされている場合などは、そのような表示によっては、もはや従業員の認識可能性は担保できず、秘密管理措置として形骸化していると評価されるおそれがある。

営業秘密としての保護を図る上で重要なのは、その実質であり、その観点からも、日頃から従業員等への注意喚起、教育を行い、秘密情報の管理意識を醸成することは重要である。

また、1(2)にも述べたとおり、管理指針及び本ガイドラインの説明は、あくまでも不競法の営業秘密として保護されるためにどのような措置が必要かという観点からのものであり、実際の漏えい防止という観点からのものではない。秘密情報の重要性や、一度漏えいした場合の被害回復の難易などを勘案して、より強固な対策を講じることが検討すべき場合もある。例えば、漏えいした場合に特に大きな損害の発生が見込まれるような重要性が高い秘密情報は、「厳秘」などとして取扱い、より厳格な管理を行うことも考えられる。

3 有用性について

「有用性」が認められるためには、その情報が客観的にみて、事業活動にとって有用であることが必要である。

一方、企業の反社会的な行為などの公序良俗に反する内容の情報は、「有用性」が認められない。

(1) 「有用性」の要件は、公序良俗に反する内容の情報（脱税や有害物質の垂れ流し等の反社会的な情報）など、秘密として法律上保護されることに正当な利益が乏しい情報を営業秘密の範囲から除外した上で、広い意味で商業的価値が認められる情報を保護することに主眼がある。

(2) したがって、秘密管理性、非公知性要件を満たす情報は、有用性が認められることが通常であり、また、現に事業活動に使用・利用されていることを要するものではない。

同様に、直接ビジネスに活用されている情報に限らず、間接的な（潜在的な）価値がある場合も含む。例えば、過去に失敗した研究データ（当該情報を利用して研究開発費用を節約できる）や、製品の欠陥情報（欠陥製品を検知するための精度の高い AI 技術を利用したソフトウェアの開発には重要な情報）等のいわゆるネガティブ・インフォメーションにも有用性は認められる。

(3) なお、当業者であれば、公知の情報を組み合わせることによって容易に当該営業秘密を作出することができる場合であっても、有用性が失われることはない（特許制度における「進歩性」概念とは無関係）。

（管理指針16～17ページ）

（1）ネガティブ情報

管理指針も指摘するとおり、有用性要件の主眼は、公序良俗に反する内容の情報などを営業秘密の範囲から除外することであり、失敗したデータなどのネガティブ情報であっても有用性は否定されない。

農業分野においても、不作となった年の生育データや、病虫害に対して効き目がなかった対処策などのネガティブ情報であっても、有用性要件は満たす。

（2）有用な効果の再現性

農業分野の技術・ノウハウ等の中には、自然環境等の影響を受けて、必ずしも再現性が高くないものも含まれる。しかし、上述の有用性要件の趣旨に照らせば、高い再現性を有する技術・ノウハウ等のみが保護の対象となると解するのは妥当ではない。再現性が全くないようなものは別として、低い確率であっても再現性が認められるのであれば、有用性要件は否定されないと解すべきであろう。

（3）公知の情報等を工夫した情報

管理指針も指摘するとおり、有用性要件は、特許制度における進歩性概念とは無関係であ

って、当業者であれば、公知の情報を組み合わせることによって容易に当該営業秘密を作出することができる場合であっても、有用性が失われるものではない¹⁰。

肥料の配合なども、配合されるそれぞれの肥料は市販されているものであるとしても、どの原料をどれだけ配合するかは、非公知かつ有用な情報であって、営業秘密としての保護の対象となり得る。

同様に、メーカーからサンプルを提供されて試用する場合であっても、その用法などについて生産者の側で工夫を凝らした場合には、その用法については生産者の技術・ノウハウ等になり得る。

4 非公知性について

「非公知性」が認められるためには、一般的には知られておらず、又は容易に知ることができないことが必要である。

(1) 「公然と知られていない」状態とは、当該営業秘密が一般的に知られた状態になっていない状態、又は容易に知ることができない状態である。具体的には、当該情報が合理的な努力の範囲内で入手可能な刊行物に記載されていない、公開情報や一般に入手可能な商品等から容易に推測・分析されない等、保有者の管理下以外では一般的に入手できない状態である。

(2) 営業秘密における非公知性要件は、発明の新規性の判断における「公然知られた発明」（特許法第29条）の解釈と一致するわけではない。特許法の解釈では、特定の者しか当該情報を知らない場合であっても当該者に守秘義務がない場合は特許法上の公知となりうるが、営業秘密における非公知性では、特定の者が事実上秘密を維持していれば、なお非公知と考えることができる場合がある。また、保有者以外の第三者が同種の営業秘密を独立に開発した場合、当該第三者が秘密に管理していれば、なお非公知である。

(3) また、当該情報が実は外国の刊行物に過去に記載されていたような状況であっても、当該情報の管理地においてその事実が知られておらず、その取得に時間的・資金的に相当のコストを要する場合には、非公知性はなお認められうる。もちろん、そのようなコストを投じて第三者が現に当該営業秘密を取得又は開発した上で当該情報の管理地において公

¹⁰ 不正競争防止法違反の刑事事件に関するものであるが、名古屋地判令2・3・27（平28（わ）471）。日本ペイント事件。）は、塗料の原料及び配合量からなる情報について、「有用性が認められるためには、事業活動に役立てばよく、特許要件のような新規性や進歩性が要求されるわけではない。」と判示する。もっとも、過去の裁判例の中には、有用性の判断において、設計的事項に過ぎない、予測外の特別に優れた作用効果を奏するとは認められない、格別の有用性ないし臨界的な意義があるとは認められないなどと、進歩性のような高いハードルを課しているように読めるものも存在する（大阪地判平20・11・4（平19（ワ）11138。発熱セメント体事件。）など。）。

開等を行い、「公然と知られている」状態となれば、非公知性は喪失することになる。

(4) なお、「営業秘密」とは、様々な知見を組み合わせ一つの情報を構成していることが通常であるが、ある情報の断片が様々な刊行物に掲載されており、その断片を集めてきた場合、当該営業秘密たる情報に近い情報が再構成され得るからといって、そのことをもって直ちに非公知性が否定されるわけではない。なぜなら、その断片に反する情報等も複数あり得る中、どの情報をどう組み合わせるかといったこと自体に価値がある場合は、営業秘密たり得るからである。複数の情報の総体としての情報については、組み合わせの容易性、取得に要する時間や資金等のコスト等を考慮し、保有者の管理下以外で一般的に入手できるかどうかによって判断することになる。

(管理指針17～18ページ)

(1) 屋外に存在する情報

管理指針で説明されているとおり、非公知とは、当該営業秘密が一般的に知られた状態になっていない状態、又は容易に知ることができない状態を意味する。

F1品種の親系統などは、屋外で栽培されているとしても、外部から見ただけでは品種を特定することができず、またそれ自体市場に流通しているものではないため、これを適法に入手して分析することは困難である。したがって、このような技術・ノウハウ等については、屋外に存在するとしても、その内容を容易に知ることができない状態が保持されており、それによって非公知性が失われるものではない。また、F1の品種登録に際しても、親系統の情報が明確に示されていなければ、非公知性は失われない。

また、屋外のほ場で実施されている水分の管理方法なども、その内容を把握するためには、不相当な長時間にわたってほ場を観察し続ける必要があるから、やはりその内容を容易に知ることができない状態が保持されており、未だ非公知であると解される。

(2) 第三者が偶然思いつくことができるような技術・ノウハウ等

非公知とは、当該営業秘密が一般的に知られた状態になっていない状態、又は容易に知ることができない状態を意味することから、たとえ同じ材料などを保有する当業者であれば、偶然同じ技術・ノウハウ等に思い至ることがあり得る場合であっても、直ちに非公知性が否定されるものではない。

当該技術・ノウハウ等の分析の難易や、当該技術・ノウハウ等以外の選択肢の有無や幅などに照らし、当該技術・ノウハウ等の取得に要する時間や資金等のコストを考慮し、保有者の管理下以外で一般的に入手できない場合には、そのような技術・ノウハウ等は、なお非公

知であると言い得る。

(3) 公知情報と非公知情報が混在している場合

農業分野においては、指導員の普及活動等や代々の伝承などによって、既に公知となっている技術・ノウハウ等と、そこにさらに独自の工夫を加えた各生産者固有の技術・ノウハウ等が混在して存在することがある。例えば、堆肥を製造する際に、副資材を用いて水分調整や通気性の改善をしたり、切り返しを行うなどにより発酵を促すことは既に公知になっているが、品質の安定や高品質化のための詳細な温度管理や攪拌頻度について、さらに工夫を施しているといったことなどが想定される。

公知の情報と非公知の情報とが混在する場合であっても、それだけで直ちに営業秘密として保護されなくなるわけではないものの、両者の区別が曖昧になることで、秘密とすべき旨の認識が薄れてしまうことはあり得る。そのため、こういった場合には特に、公知情報と秘密とすべき技術・ノウハウ等との区別を明確にし、秘密とすべき情報の外縁が明確となるよう注意する必要がある。例えば、従業員や指導員に対して、折に触れて、温度管理や攪拌頻度は自社にとって重要な技術であるなどと告げるなどすることによって、認識可能性を確保するよう心がけるべきである。

Ⅲ 営業秘密の基礎的管理マニュアル <実践編>

農業分野の技術・ノウハウ等は高品質・高付加価値な農産物の生産を可能にし、国際的な優位性をもたらす強みの源泉である。これまで我が国の農業分野では、これらの技術・ノウハウ等は共有するのが当たり前との考え方が広く根付いていたが、経済のグローバル化等により農業を巡る情勢は大きく変わっており、技術・ノウハウ等が海外に流出すれば、我が国の農業の競争力の低下など、農業分野全体に損害が生じるおそれがある。

このような懸念に対し、個別の生産者やグループが有する技術・ノウハウ等のうち、他者に共有せず、流出した場合に大きな損害を被ることとなるものは、営業秘密として適切な管理を行うことにより、不競法に基づく保護を受けること（例えば、営業秘密が不正に取得・使用された場合の差止めや営業秘密の保有者が被った損害の賠償の請求など）が可能である。

ここでは、それぞれの生産者や農協の生産部会等が各自の持つ技術・ノウハウ等を実際に営業秘密として管理するに当たって、必要な措置を適切に講じられるよう、次の２段階の取組（２ステップ）を示している。

ステップ１では、各自が持つ技術・ノウハウ等のうち、何が営業秘密なのかを把握・整理するため、「**技術・ノウハウ等の棚卸し**」と「**共有範囲の確認**」を行っていただきたい。

続く**ステップ２**では、営業秘密を管理する主体別（①個々の生産者（法人を含む）、②農協の生産部会などのグループ、③都道府県）に「**営業秘密の管理方法チェック**」により営業秘密の適切な管理に必要な措置を確認し、講じていただきたい。

なお、ここで示している事項に加えて、営業秘密の管理に関して農業分野の特殊性を踏まえた理論的な整理や参考となる取組事例等を確認されたい場合には、本ガイドラインのⅢ以外もご覧いただきたい。

ステップ１ 技術・ノウハウ等の棚卸しと共有範囲の確認

まず、「技術・ノウハウ等の棚卸し」では、質問に対する回答を記入していくことにより、農業及び畜産業の各工程において各自が持つ技術・ノウハウ等の内容を網羅的に把握・整理しましょう。（（１）参照）。

次に、棚卸しにより把握・整理した技術・ノウハウ等について、営業秘密に該当するかを判断するため、「共有範囲の確認」を行きましょう（（２）参照）。

その上で、営業秘密として管理するために必要な措置について、**ステップ２ 営業秘密の管理方法チェック**に進んで確認し、講じましょう。

(1) ① 技術・ノウハウ等の棚卸し（耕種分野）

※ 以下は例示であり、保護され得る技術・ノウハウ等は、これらに限られるものではありません。

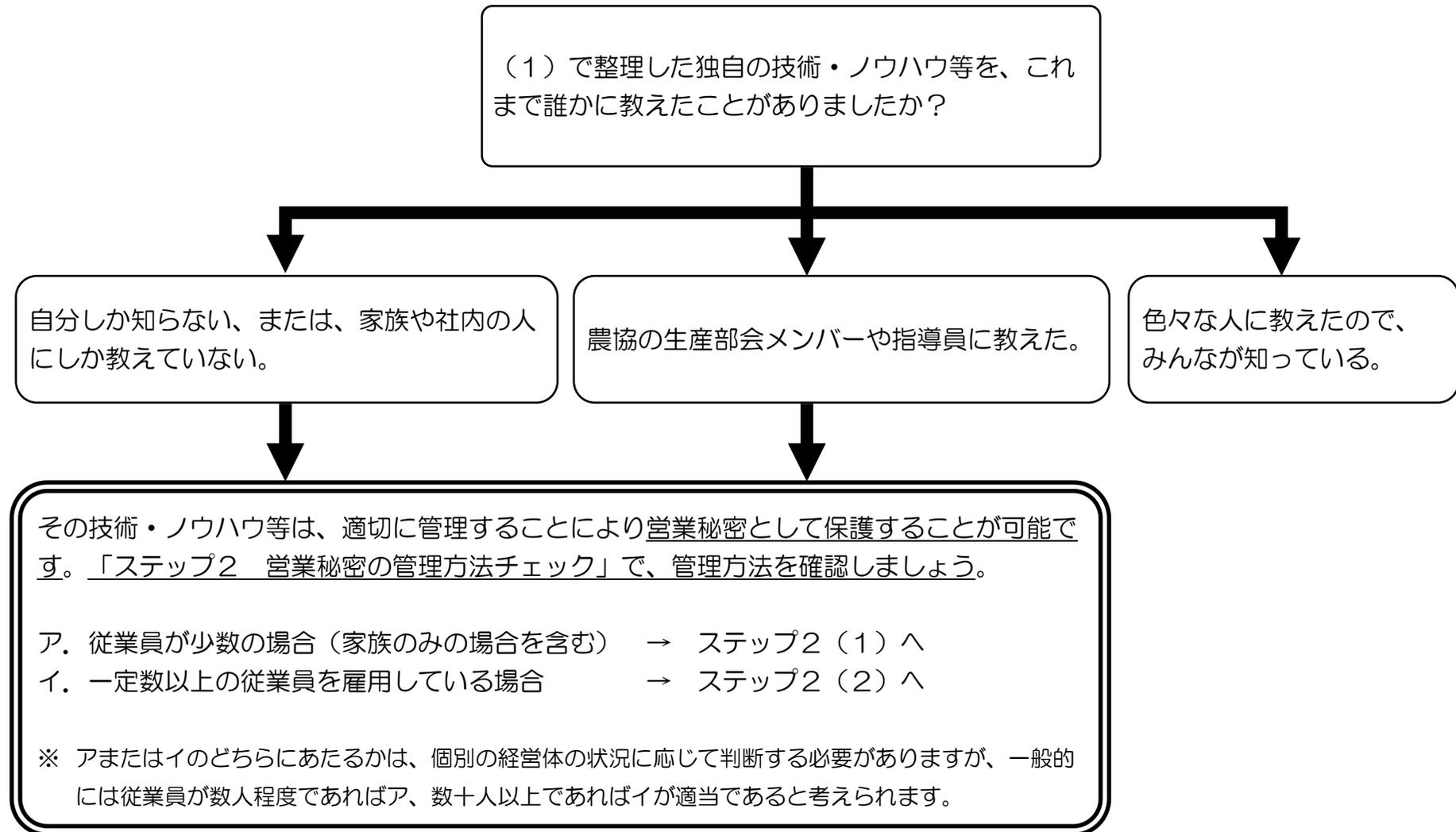
工程	保護され得る技術・ノウハウ等の例	左記のような技術・ノウハウ等について、これまで独自に工夫してきたことはありますか？ その内容は、どのようなものですか？
種苗の生産・増殖	種苗の保管・催芽・育苗・種苗ほ場管理・接ぎ木・挿し木の方法、F1品種の親系統に関する情報、育種母本に関する情報	
土作り・施肥	堆肥の生産技術、肥料の配合割合、施肥時期の判断要素、施肥方法、過去に蓄積した施肥と生育の相関データ	
播種・植付け	播種時期の判断要素、播種方法、多品種の組合せ方法（栽培計画）	
防除	防除時期の判断要素、薬剤散布方法 過去に蓄積した防除と生育の相関データ	
物理的な草樹勢・収穫物品質管理	摘葉、摘心、摘芽、断根、水分管理、誘引、整枝、剪定、摘花・摘果・摘粒・摘房に係る時期とその方法	
収穫・調製	収穫時期の判断要素、収穫方法、水分管理・予冷等の調製方法	
その他栽培管理全般	かん水方法、環境制御方法（例：施設栽培等における水分量・二酸化炭素量・日光量・夜間照明量・養液分量の制御）、作業員の配置計画・労務管理、人工授粉、ホルモン剤処理、作柄の見回り、過去に蓄積した栽培管理と生育の相関データ	
選別・包装	選別方法、選果ラインの設計、パッキング方法、充填方法	
経営管理	財務情報、顧客情報、販売実績	

(1) ② 技術・ノウハウ等の棚卸し（畜産分野）

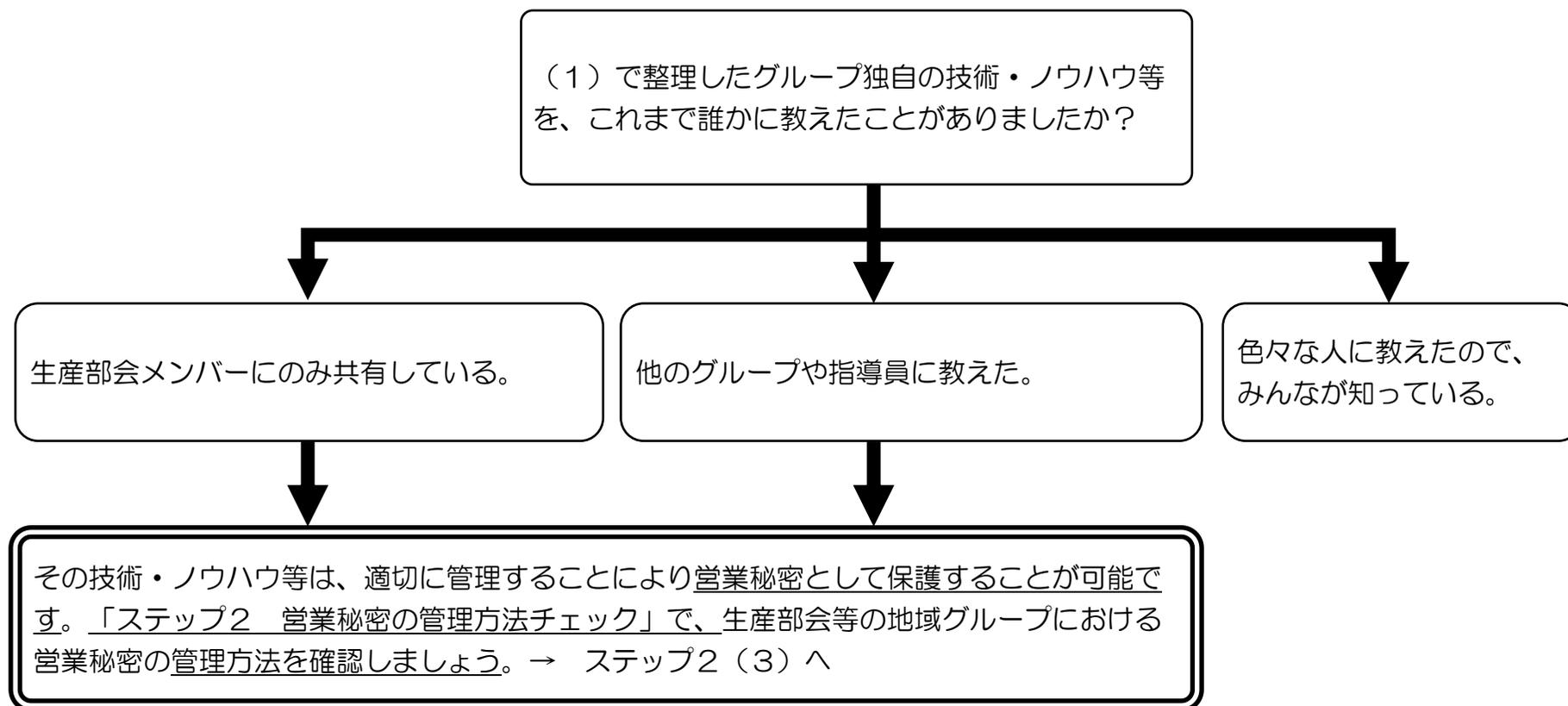
※ 以下は例示であり、保護され得る技術・ノウハウ等は、これらに限られるものではありません。

工程	保護され得る技術・ノウハウ等の例	左記のような技術・ノウハウ等について、これまで独自に工夫してきたことはありますか？ その内容は、どのようなものですか？
繁殖	家畜人工授精用精液の採取・処理・注入技術、家畜受精卵の採取・処理・移植技術、血統による交配の組合せ	
家畜・家さんの導入	健康状態の推察方法、過去に蓄積した導入家畜・家さんの品種・血統と飼養成績の相関データ	
飼料生産・調製・給与	飼料の生産・調製技術、飼料の配合割合、飼料の給与量と種類の切り替え時期の判断要素、飼料給与方法、過去に蓄積した飼料（給与量、種類）と飼養成績の相関データ	
衛生管理・疾病対策	農場の衛生管理プログラム（消毒薬の選択、消毒薬の濃度・量、品質管理の手法等）、過去に蓄積した衛生管理・疾病対策と飼養成績の相関データ、鶏卵の衛生管理プログラム（GPセンター衛生管理マニュアル等）、ワクチン・プログラム	
その他飼養管理全般	給水方法、飼養環境制御方法（例：畜舎・鶏舎内の温度・湿度・風量・照明量）、作業員の配置計画、労務管理、家畜・家さん等の見回り、過去に蓄積した飼養管理と飼養成績の相関データ、敷料の材料・床の材質	
排せつ物処理	堆肥化・汚水処理・エネルギー化の方法	
出荷	出荷時期の判断要素、出荷前の管理方法、鶏卵のトレーサ情報の把握・管理方法	
経営管理	財務情報、顧客情報、販売実績	

(2) ① 共有範囲の確認（個々の生産者（法人を含む）の技術・ノウハウ等）



(2) ② 共有範囲の確認（農協の生産部会などのグループの技術・ノウハウ等）



(2) ③ 都道府県が開発した技術・ノウハウ等の取扱い

上記の「個々の生産者（法人を含む）の技術・ノウハウ等」や「農協の生産部会などのグループの技術・ノウハウ等」以外に、例えば県が開発し、県内の生産者にのみ共有する技術・ノウハウ等も営業秘密にあたり得ます。このように都道府県など広範囲における営業秘密の管理方法については、ステップ2 (4)により確認して下さい。

ステップ2 営業秘密の管理方法チェック

ここでは、独自の技術・ノウハウ等を営業秘密として管理するために必要な措置がとられているかについて確認しましょう。具体的には、営業秘密を管理する主体として、「(1) 従業員が少数の生産者（家族のみの場合を含む）」、「(2) 一定数以上の従業員を雇用している生産者」、「(3) 農協の生産部会などの地域のグループ」、「(4) 都道府県などの広範囲」を想定し、それぞれの場合のチェック項目をまとめていますので、営業秘密の管理主体に応じて活用して下さい。チェックの結果、必要な措置がとられていないことが判明した場合には、ガイドラインを参照しながら対策を講じましょう。

なお、グループで営業秘密を共有する場合、各生産者においてもその営業秘密を適切に管理する必要がありますので、グループが管理主体となる際のチェック項目（(3)）だけでなく、個々の生産者が営業秘密の管理主体となる場合のチェック項目（(1)及び(2)）を準用も確認するようにしましょう。

また、組織内における秘密情報の管理に関するルールについて従業員等との間で秘密保持契約を取り交わす必要がある場合もあることから、各管理主体に応じた秘密保持契約書（秘密保持誓約書）のひな形も示しています。ガイドライン19～20ページで指摘したとおり、このような秘密保持契約等は、営業秘密として保護されるために必須のものではありませんが、従業員等の認識可能性を高める上では有用である上、後で争いとなった場合の立証などにも資するものです。

農業分野（特に生産現場）においては、従来は契約書を取り交わすことが多くなかったということも踏まえ、できるだけ平易に、簡潔なひな型としました。事案に応じて、例えばグループ内で新たに生まれた技術・ノウハウ等の帰属や取扱いについて定めるなど、より詳細な秘密保持契約を締結することも考えられます。その場合、より詳細な秘密保持契約書の書式例については、経済産業省が公開しているひな型¹¹などを参考にすると良いでしょう。

なお、これらに加え、営業秘密が漏れた場合に特に大きな損害の発生が見込まれるような重要性の高い秘密情報は、「厳秘」などとして取扱い、より厳格な管理を行うことも考えられます。また、営業秘密が漏れた場合に備え、営業秘密を持っていたという事実を証明できるようにするためには、公証役場で証明を受けることが可能です。

¹¹ 経済産業省ホームページ「秘密情報の保護ハンドブック」（平成28年2月）の【参考資料2】各種契約書等の参考例

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/trade-secret.html#handbook>

(1) 従業員が少数の生産者（家族のみの場合を含む）における営業秘密の管理

ア 営業秘密の特定と意識の醸成

- ステップ1を参考に、あなたの営業秘密の有無とその内容を整理し、従業員・家族と共有しましょう。
→ 詳細は、ガイドライン7～13ページを参照
- 営業秘密は、経営にとって重要なものであり、外部の人に教えてはいけないという認識を、従業員・家族との間で共有しましょう。
→ 詳細は、ガイドライン17～19ページを参照
- 営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものが従業員や家族以外の者に見られたりしないよう管理しましょう。
→ 詳細は、ガイドライン10～12、23～25ページを参照

イ 技能実習生、見学者などとの関係

- 営業秘密について、技能実習生、見学者などの外部の人に見せたり説明したりすることは、不用意に行わないようにしましょう。
※ ただし、ただ目にしただけでは、その内容を理解できないような営業秘密であれば、営業秘密に着目させない工夫も重要です。
→ 詳細は、ガイドライン20～21ページを参照
- 営業秘密について、やむを得ず技能実習生、見学者などの外部の人に見せたり説明したりしなければならない場合、その営業秘密を他者に漏らさないでほしいということを相手に伝えましょう。
→ 詳細は、ガイドライン20～21ページを参照

ウ 指導員との関係

- 指導員が立ち入る場合、他者に伝達してよい情報と伝達してほしくない情報（営業秘密）を明確に区別し、その営業秘密を他者に伝達しないでほしいということを指導員に伝えましょう。
→ 詳細は、ガイドライン21～22ページを参照
- 農業分野の技術・ノウハウ等に詳しく、各生産者を定期的に訪問する指導員は、生産者の営業秘密に接する機会が多いと考えられるため、指導員と生産者の間で営業秘密

の取扱いについて秘密保持契約を取り交わしておくことも有益です。具体的な契約書面については、「ひな型①：指導員向け秘密保持契約書面」を参考にしましょう。

→ 詳細は、ガイドライン21～22ページを参照

【参考】ひな型①：指導員向け秘密保持契約書面

指導員が生産者のほ場等に立ち入ることで、生産者独自の技術・ノウハウ等の内容を知ることができてしまうような場合に、指導員との間で以下のような秘密保持契約書を取り交わすことが考えられます。

●●様

- 1 ほ場等に立ち入ることで見聞きし、又は生産者から説明を受けた、技術・ノウハウ等については、生産者独自の技術・ノウハウ等であることを尊重し、生産者の事前の同意がない限り、第三者に開示しません。
- 2 前項の同意を得て開示を行う際には、第三者に開示する技術・ノウハウ等の内容及び開示する相手先（人的範囲）を具体的に明らかにするようにいたします。
- 3 上記各事項は、私が退職したり、他の地域に異動になった場合であっても、遵守いたします。

※必要に応じて、以下のように、対象となる技術・ノウハウ等を特定しても良い。

- 4 上記の対象となる技術・ノウハウ等は、以下のとおりです。
「・肥料の配合に関する技術・ノウハウ等」など

(日付) _____

●●県 普及指導員

(署名) _____

(2) 一定数以上の従業員を雇用している生産者における営業秘密の管理

ア 営業秘密の特定と意識の醸成

- **ステップ1**を参考に、あなたの会社の営業秘密の有無とその内容を整理し、それぞれの営業秘密を知ることができる従業員をできるだけ限定しましょう。

※ ただし、営業秘密を知ることができる従業員を制限することが難しい場合（例：区画を限定することが難しい施肥や水やりなど）は、従業員に安易に外部に伝達してはいけないものであることを伝えておくことが重要です。

→ 詳細は、ガイドライン7～13、18～20ページを参照

- 営業秘密は、あなたの会社にとって重要なものであり、社外に教えてはいけないという認識を、営業秘密を知っている従業員との間で共有しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン18～20ページを参照

- 営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものが従業員以外の者に見られたりしないよう管理しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン10～12、23～25ページ

イ 社内での管理

- 従業員との間で、営業秘密の取扱いのルールを定めましょう。

→ 詳細は、ガイドライン18～19ページを参照

- ① □ ルールは、書面や電子データで定めるようにし、従業員がいつでも見られる状態で保管しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン18～19ページを参照

- ② □ 従業員が退職した後のことについても定めましょう。

→ 詳細は、ガイドライン19～20、26～28ページを参照

- ③ □ 上記のルールについて、従業員がどの程度理解し、実践しているか、定期的に確認しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン19～20ページを参照

- ④ □ 上記ルールに記載した内容について、社内の規則や誓約書などの書面により定めることが望まれます。具体的な誓約書面については、「ひな型②：従業員向け誓

約書面」を参考にしましょう。

→ 詳細は、ガイドライン19～20ページを参照

ウ 技能実習生、見学者などとの関係

- 営業秘密について、技能実習生、見学者などの外部の人に見せたり説明したりすることは、不用意に行わないようにしましょう。

※ ただし、ただ目にしただけでは、その内容を理解できないような営業秘密であれば、営業秘密に着目させない工夫も重要です。

→ 詳細は、ガイドライン20～21ページを参照

- 営業秘密について、やむを得ず技能実習生、見学者などの外部の人に見せたり説明したりしなければならない場合、その営業秘密を他者に漏らさないでほしいということを相手に伝えましょう。

→ 詳細は、ガイドライン20～21ページを参照

エ 指導員との関係

- 指導員が立ち入る場合、他者に伝達してよい情報と伝達してほしくない情報（営業秘密）を明確に区別し、その営業秘密を他者に伝達しないでほしいということを指導員に伝えましょう。

→ 詳細は、ガイドライン21～22ページを参照

- 農業分野の技術・ノウハウ等に詳しく、各生産者を定期的に訪問する指導員は、生産者の営業秘密に接する機会が多いと考えられるため、指導員と生産者の間で営業秘密の取扱いについて秘密保持契約を取り交わしておくことも有益です。具体的な契約書面については、（1）の「ひな型①：指導員向け秘密保持契約書面」を参考にしましょう。

→ 詳細は、ガイドライン21～22ページを参照

【参考】ひな型②：従業員向け誓約書面

一定数以上の従業員を雇用している生産者の営業秘密の管理に関しては、ルールを就業規則等や誓約書により定めることが望まれます。就業規則等において定めがない場合には、入社時などに、以下のような誓約書を従業員から提出してもらうことが考えられます。

●●農園 御中

- 1 会社の業務を通じて見聞きした会社の営業秘密（社内のみで共有される技術・ノウハウ等）については、無断で社外の者に開示しません。
- 2 外部から営業秘密にあたる技術・ノウハウ等について提供を求められた場合には、速やかに上長に報告するとともに、開示の可否について、会社の決定に従います。
- 3 会社の営業秘密の取扱いについては、会社の定めるルールや会社の指示に従うものとします。
- 4 上記各事項は、在職中はもちろん、退職後も、遵守いたします。
- 5 上記事項に違反した場合、懲戒等の事由となることがあること、会社に対して損害賠償義務などを負うことがあることを理解しました。

(日付) _____

(署名) _____

(3) 農協の生産部会などの地域のグループにおける営業秘密の管理

ア 営業秘密の特定と意識の醸成

- グループのメンバー間で、**ステップ1**を参考に、グループにおける営業秘密の有無とその内容を整理しましょう。その際、メンバー間で共有される営業秘密について、特定のメンバーが提供・開示したものなのか、グループでの検討の結果生まれたものなのか、それぞれ区別して整理しましょう。
→ 詳細は、ガイドライン7～13、30ページを参照
- 営業秘密は、グループにとって重要なものであり、グループ外に教えてはいけないという認識を、メンバー間で共有しましょう。特に、グループのメンバー数が多く地理的範囲が広い場合、それぞれの営業秘密ごとに、これを共有するメンバーの範囲を明確にしておくことが重要です。
→ 詳細は、ガイドライン29～30ページを参照
- 営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものがメンバー以外の者に見られたりしないよう管理しましょう。
→ 詳細は、ガイドライン10～12、23～25ページを参照

イ グループの内部での管理

- グループのメンバーとの間で、営業秘密の取扱いのルールを定めましょう。
→ 詳細は、ガイドライン29～30ページを参照
- ① □ ルールは、書面や電子データで定めるようにし、各メンバーがいつでも見られる状態で保管しましょう。
→ 詳細は、ガイドライン29～30ページを参照
- ② □ ルールを定める際には、メンバー以外に営業秘密を開示してはいけないことなど、営業秘密の管理の方法について定めましょう。
→ 詳細は、ガイドライン29～30ページを参照
- ③ □ メンバーがグループから脱退した後のことについても定めましょう。
→ 詳細は、ガイドライン29～30ページを参照
- ④ □ 上記のルールについて、各メンバーがどの程度理解し、実践しているか、定期的

に確認しましょう。

→ 詳細は、ガイドライン29～30ページを参照

- ⑤ □ 上記ルールに記載した内容について、メンバー間で秘密保持契約を結ぶことが望まれます。具体的な契約書面については、「ひな型③：生産部会のメンバー向け秘密保持契約書面」を参考にしましょう。

→ 詳細は、ガイドライン29～30ページを参照

ウ グループ外部との営業秘密の共有

- グループの外部の者（例えば、他地域の生産者グループや指導員、技術実習生、見学者など）に営業秘密を共有する場合には、共有する営業秘密の内容と共有できる相手方の範囲について、書面で定めましょう。

→ 詳細は、ガイドライン29～31ページを参照

- 営業秘密を共有する相手方にも、共有できる範囲と営業秘密の取扱いのルールを示し、これに沿って営業秘密を管理するよう伝えましょう。

→ 詳細は、ガイドライン29～31ページを参照

- 指導員が立ち入る場合、他者に伝達してよい情報と伝達してほしくない情報（営業秘密）を明確に区別し、その営業秘密を他者に伝達しないでほしいということを指導員に伝えましょう。

→ 詳細は、ガイドライン21～22ページを参照

- 農業分野の技術・ノウハウ等に詳しく、各生産者を定期的に訪問する指導員は、生産者の営業秘密に接する機会が多いと考えられるため、指導員との間で営業秘密の取扱いについて秘密保持契約を取り交わしておくことも有益です。具体的な契約書面については、（1）の「ひな型①：指導員向け秘密保持契約書面」を参考にしましょう。

→ 詳細は、ガイドライン21～22ページを参照

【参考】ひな型③：生産部会のメンバー向け秘密保持契約書面

生産部会では、生産部会の各メンバーの生産技術の向上などを目的として、様々な技術・ノウハウ等が共有され、各種マニュアルや栽培暦などを作成することがあります。これらの技術・ノウハウ等の中には営業秘密にあたり得るものもあることから、メンバーが、生産部会に参加する際に、そこでやりとりされる営業秘密の取扱いについて、メンバー間で秘密保持契約を取り交わすことが有益です。生産部会等に参加する際に、以下のような秘密保持契約書（誓約書）をメンバーから提出してもらうことが考えられます。

また、秘密保持義務に違反した場合の損害賠償については、損害の額を金銭的に見積もることが困難であることが多いため、特に重要な下記ひな型の1に違反した場合には、あらかじめ、違約金として一定の金額を支払う旨を定めることを検討してもよいでしょう。

●●農業協同組合 御中

- 1 生産部会の営業秘密（生産部会メンバーから生産部会内に限って開示された技術・ノウハウ等や、生産部会での検討の結果生まれた技術・ノウハウ等）については、生産部会メンバー内でのみ共有し、無断で生産部会メンバー以外の者に開示しません。
- 2 生産部会の営業秘密は、生産部会に所属するメンバーの生産技術の向上等、生産部会の設置目的に従って活用されるために共有されるものであることを理解し、開示された営業秘密を当該目的外に使用しません。
- 3 生産部会メンバー以外の者から、営業秘密にあたる技術・ノウハウ等について提供を求められた場合には、速やかに生産部会に報告するとともに、開示の可否について、生産部会の決定に従います。
- 4 生産部会の営業秘密については、意図せず漏洩しないように、自身の独自の技術・ノウハウ等と同様に、適切に取り扱うものとします。
- 5 自身の独自の技術・ノウハウ等と生産部会の営業秘密とが混同してしまわないよう、区別して取り扱うよう心がけます。また、生産部会の営業秘密のやりとりに当たっては、できるだけその内容や共有範囲を書面で特定するよう心がけます。
- 6 上記事項に違反した場合、●●農業協同組合に対して損害賠償義務などを負うことがあることを理解しました。
- 7 上記各事項は、生産部会のメンバーである間はもちろん、生産部会を脱退した後も、遵守いたします。

(日付)

(署名)

(4) 都道府県が管理する場合など広範囲における営業秘密の管理

ア 営業秘密の特定

- **ステップ1**を参考に、営業秘密として取り扱う独自の技術・ノウハウ等の内容を整理し、その共有範囲を定めて下さい。特に、共有する生産者・団体の数が多く地理的範囲が広い場合、それぞれの営業秘密ごとに、これを共有する生産者の範囲を明確にしておくことが重要です。

→ 詳細は、ガイドライン30～31ページを参照

- 営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものが共有範囲外の者に見られたりしないよう管理して下さい。

→ 詳細は、ガイドライン10～12、23～25ページ

イ 生産者等との認識の共有

- 営業秘密を共有する個々の生産者・団体に対して、営業秘密の内容と共有できる範囲を示し、その範囲を超える他の生産者などに営業秘密を開示してはいけないことを伝えて下さい。営業秘密の管理方法について、個々の生産者等がどの程度理解し、実践しているか、定期的に確認することも重要です。

→ 詳細は、ガイドライン30～31ページを参照

- 上記の営業秘密の取扱い方法について、個々の生産者等との間で秘密保持契約を結ぶことが望まれます。具体的な契約書面については、「ひな型④：都道府県内の農家向け秘密保持契約書面」を参考にして下さい。

→ 詳細は、ガイドライン31ページを参照

【参考】ひな型④：都道府県内の農家向け秘密保持契約書面

県が開発した優良品種の栽培方法など、県内の生産者には広く共有する一方、県外にはこれを流出させないようにしたいというケースは存在します。県内などの広い地域において知られている技術・ノウハウ等であっても、適切な秘密管理が行われている限り、営業秘密として保護されますが、共有範囲が広くなればなるほど、技術・ノウハウ等を秘密として保護すべきであるという認識が薄まりやすくなりますので、秘密である旨の認識可能性を担保するために、秘密保持契約や誓約書などにおいて、秘密情報の範囲をより一層明確に特定しておくことが望ましい対応です。

以下のひな型では、技術・ノウハウ等の内容をマニュアル化し、それによって秘密とすべき技術・ノウハウ等の範囲が特定されているケースを想定しています。

●●県 御中

- 1 ●●県が策定する■■■（品種）栽培マニュアル（以下「本マニュアル」といいます。）は、●●県の生産力・品質の向上のために開発された技術・ノウハウであることを認識し、第三者（県内・県外を問いません）に開示しません。
- 2 本マニュアルを活用したい県内の生産者がいる場合、速やかに●●県に報告します。本マニュアルを開示する場合には、●●県から行うこととし、私からは開示しません。
- 3 第1項記載の本マニュアルの目的に照らし、本マニュアルは、県内で■■■を栽培する目的にのみ使用し、当該目的外に使用しません。
- 4 本マニュアルは、意図せず漏洩しないように、自身の独自の技術・ノウハウ等と同様に、適切に取り扱うものとします。
- 5 上記事項に違反した場合、●●県に対して損害賠償義務などを負うことがあることを理解しました。
- 6 上記各事項は、県外に移転した場合であっても、遵守いたします。

(日付)

(署名)

付録：指導員が所属する組織（都道府県や農協）における取組

農業分野では、指導員が生産者のほ場等に立ち入り営農技術を指導するということが行われており、指導員に対しては、所属する都道府県や農協などにおいて、指導員が見聞きする技術・ノウハウ等の取扱いについて啓発を行うことが重要であることは、ガイドライン21～22ページにおいて述べたとおりです。ここでは、指導員が所属する組織において取り組んでいただきたい事項を付録として示しています。

① 指導員に対する啓発

□ 所属する指導員に対して、以下の事項に関する理解を促して下さい。

- ① 各生産者から開示された技術・ノウハウ等の中には、営業秘密として保護されるものがあること。
- ② 各生産者から開示された技術・ノウハウ等について、他の生産者に伝達して良いかどうか、生産者に確認するよう心がけること。
- ③ その際に、秘密としたい旨の申し出があった技術・ノウハウ等を他の生産者に伝達しないこと。

→ 詳細は、ガイドライン21～22ページを参照

② 生産者から開示された技術・ノウハウ等の取扱いに関するルールの策定

□ 各生産者から開示された技術・ノウハウ等の取扱いに関して、以下の事項に留意してルールを定めて下さい。

- ① ルールは書面や電子データで定めることとし、また、所属する指導員がいつでも見られる状態で保管すること。
- ② ルールの中に、指導員が退職したり、他の地域へ異動した後のことについても含めること。
- ③ ルールについて、所属する指導員がどの程度理解し、実践しているか、定期的に確認すること。

→ 詳細は、ガイドライン21～22ページを参照

IV 今後の農業分野における技術・ノウハウ等の保護・活用に向けて

1 オープン・クローズ戦略

(1) 戦略の選択

技術・ノウハウ等を形式知化して整理するという事は、必ずしも当該技術・ノウハウ等を独占することのみを目的とするものではなく、有用な技術・ノウハウ等を正確に伝達することにも資する。

有用な技術・ノウハウ等が存在するときに、それを自身で独占するのか、第三者と共有するのか、また、共有するとしても、どの範囲で共有するのかは、その技術・ノウハウ等を保有する者の戦略による（「オープン・クローズ戦略」などと呼ばれる。）。

工業分野などで特許権を取得した場合、特許権を第三者に実施許諾せず、自身のみで独占的に特許発明を実施していくこともできるし、特許権を第三者にライセンスすることもできる。ライセンスの態様としても、特定の者に対してのみライセンスする場合もあれば、希望する者に広くライセンスをする場合もあり、またライセンスは無償でも有償でも良い。このように、ある技術の特許権で保護するという事は、必ずしも自社で独占をすることを意味するのではなく、様々な戦略をとるための前提として機能するものである。

農業分野においても、有用な技術・ノウハウ等を整理し、特許や営業秘密などとして保護するという事は、必ずしもそれを独占するという事を意味するのではない。有用な技術・ノウハウ等を整理した上で、それをどのように活用するのかは、その保有者がどのような戦略を選択するかによる。

例えば、病害対策のためのノウハウなどは、地域全体にオープンにすることで、自社のほ場の安全を確保するという考え方もあるだろう。一方、高品質化など、収穫物に付加価値をつけるための技術・ノウハウ等については、自社の差別化ポイントとして、クローズにすることで、各生産者の更なる改良を促すということも考えられる。

オープン・クローズの組合せは多様であり、ある情報の一部はオープンとし、他の部分をクローズにすることも可能である。例えば、肥料の混合に関する技術・ノウハウ等について、肥料Aと肥料Bを混合すると良いという範囲ではオープンにして、地域全体の収穫物の品質を向上させつつ、その具体的な混合割合や、施肥のタイミングなどは、それぞれの生産者の工夫に委ね、各自がクローズにして、差別化を図るということも考えられる。

(2) オープン戦略とノウハウの保護

オープン戦略を選択する場合であっても、技術・ノウハウ等を整理して保護することが不要

になるわけではない。前述のとおり、技術・ノウハウ等を整理するということは、オープン戦略を採用する場合であっても、その正確かつ容易な伝達、継承を行うために必要な過程である。

また、オープン戦略を選択する場合であっても、特許や営業秘密としての保護を図っておくことで、ライセンスをしていない者や、ライセンス条件に違反した者に対し、その技術・ノウハウ等の使用を禁止することが可能となる。これによって、技術・ノウハウ等を、正しい内容のまま伝達・継承することができる。

例えば、一定の地域やグループなど、特定の人的範囲でのみ技術を共有したい場合に、特許や営業秘密としての保護がされていないと、想定した人的範囲外に技術が意図せず流出した場合に、その使用を禁止する法的根拠がなくなってしまう、特定の人的範囲の中で享受するはずだった技術的な優位性が失われ、さらに経済的利益を得る機会を逸してしまう結果となる。

そのような事態を避けるため、技術・ノウハウ等を例えば営業秘密として保護できるような適切な管理の体制や措置をとりつつ、特定の人的範囲に対してのみライセンスを行うなどの方策をとることなどが考えられる。

また、特許権等や営業秘密の使用を許諾する際の契約では、対価の支払や許諾期間などだけではなく、技術・ノウハウ等を使用するに当たって遵守すべき条件を付すことができる。その条件に違反した場合に、債務不履行を理由に許諾契約を解除することができるようにしておくことで、技術・ノウハウ等が条件どおりに使用されることを確保することができる。

このように、オープン戦略とは、技術・ノウハウ等を法的な保護策を講じず無防備な状態に放置することとは異なる。技術・ノウハウ等を適切な状態、条件で広めるためにも、技術・ノウハウ等を整理し、適切な保護を図ることは重要である。

2 保護の方法の選択

有用な技術・ノウハウ等を保護する場合、その内容によって、特許権、意匠権、育成者権等による保護や営業秘密としての保護など、様々な方法が選択可能である。

例えば、ある特殊な栽培方法であれば、その技術的な特徴を特許権によって保護することもできる場合があるし、営業秘密として管理して保護することもできる。それぞれの方法は、保護のために必要な手続や要件が異なるため、技術・ノウハウ等の内容、性質や保護の目的等に照らし、適切な方法を選択すべきである。

例えば、特許権を取得するためには、発明の内容を特定し、特許庁に対して特許出願を行い、特許庁における審査を経て、特許登録をする必要がある。その過程で、出願内容は公開される（特許法65条：出願公開制度）。例えば、果樹の支持法や樹形など、屋外のほ場で実施すれば一見して内容が明らかになってしまうような技術・ノウハウ等については、営業秘密として

管理することには多大な費用や労力がかかる反面、仮に第三者が模倣している場合の侵害立証が容易であるため、特許権による保護を図るというのも選択肢である。これに対し、施肥量や水分量の調整方法など、外観や収穫物からは容易に把握できないような技術・ノウハウ等については、営業秘密としての管理がしやすい反面、その内容が出願公開によって第三者に明らかとなってしまうと、模倣がされた場合の侵害立証が困難になってしまうため、営業秘密として保護する方が適していると言える。

農業分野でも、F1品種を品種登録するかなどについては、各社が様々な戦略をとってきたところである。

事例解説7 技術・ノウハウ等の棚卸しとオープン・クローズ戦略

オープン・クローズ戦略により技術・ノウハウ等を保護・活用していくためには、自身が持つ技術・ノウハウ等を把握・整理することが肝要である。

研究活動から日常的に知的財産が創出される研究機関などでは、研究所内における技術・ノウハウ等の棚卸しにより技術・ノウハウ等の把握・整理を行い、それらを広く周知するもの、特許等により権利化することが適切なもの、営業秘密として秘匿するものに分類して、それぞれに適した管理を行っているケースもある。

このように技術・ノウハウ等の知的財産を整理し、保護・活用していくことは、その所有者に対して、それを生み出すための創意工夫に要した費用や労力などの投資に見合った利益を確保し、新たな知的財産を創出するインセンティブを与えるためにも不可欠なものである。

3 技術・ノウハウ等の適切な保護と我が国の農業技術の発展

先に述べたように、従来農業分野では、技術・ノウハウ等は地域の生産者などに無償で、広く共有され伝承されていくものであつて、これを特定の生産者等の権利として保護するという意識は必ずしも醸成されていなかったように思われる。むしろ、技術・ノウハウ等を保護することは、こうして共有・伝承されてきたものを独り占めするもので許されないという風潮すらあつたように思われる。

しかしながら、技術・ノウハウ等の中には、他者から共有されたものや世代を超えて脈々と伝承されてきたものに、個々の生産者がさらに改良を加えたり、従来の手法などをさらに分析、精緻化したりすることにより生み出されたものなども含まれる。技術・ノウハウ等の保護は、必ずしもその独り占めを意味するものではなく、所望の地域や生産者の間で共有することも可能である。

農業分野においても、技術・ノウハウ等を適切に保護することは、生産者に対して、創意工

夫に見合った利益を付与することで、新たな技術・ノウハウ等を生み出すインセンティブを与え、またそのように生み出された技術・ノウハウ等を適切に維持、管理することに資するのであって、これを通じて我が国の農業技術の発展に寄与するものである。

V 事例集

ここでは、各生産者やグループにおいて技術・ノウハウ等を営業秘密として管理するに当たり、参考となる8つの取組事例を紹介する。

果樹栽培A法人

<概要>

- ・ 多くの種類のぶどうを栽培し、長い品種改良歴の中で登録された品種も保有する農業法人。
- ・ 品種改良により新しい品種を生み出しているため、もっとも重要な技術・ノウハウ等は品種そのもの。
- ・ 法人内で全ての情報にアクセスできるのは代表のみであり、立入可能エリアを限定したり、品種名の代わりにイラストや記号で表示したりするなどの工夫も。

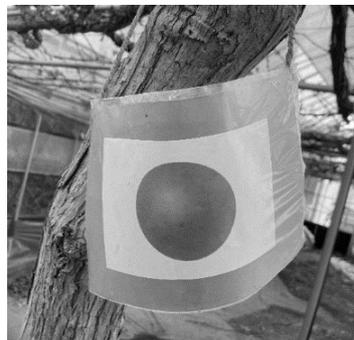
<秘密管理の基本方針>

- ・ 代表以外には物か情報のどちらかのみを共有し、法人内で全ての情報にアクセスできるのは代表のみ。
- ・ 雇用スタッフに何を共有するかは、雇用期間や意欲等を考慮して決めている。
- ・ 特に、社外に出ていくと困る技術・ノウハウ等については、従業員が辞めた場合に完全に再現できないよう、工程の一部のみを任せることにしている。

<屋外の営業秘密>

- ・ 屋外における秘密管理として、基本的に立入りを認めるエリア、一部にしか立入りを認めないエリア、全く立ち入らせないエリアに区分。また、立入りを認めるかは季節も考慮している。
- ・ 加えて、品種が特定されないよう、一般に使用されているような名前を使用しない、品種名の代わりにイラストや記号で表示する等の工夫を行っている。

(参考) 品種名を表示せず、イラストや記号で表示した例



<従業員との関係>

- ・ 雇用スタッフは、入社時に「A法人の保有品種や栽培場所、現在行っている研究の内容や目

的を社内機密として口外しない」旨を誓約する。

- なぜ秘密にする必要があるのか理解を促すため、育種の意義や秘密の範囲を明確にし、日頃からスタッフと積極的にコミュニケーションを図っている。

野菜露地栽培B法人

<概要>

- ・ B法人は、自社で行う露地野菜の栽培（20ha弱）に加え、60戸超の契約農家（100ha弱）の生産から収穫・加工までを管理。
- ・ ①土づくり（たい肥投入、肥料設計）、②品種の選定、③収穫のタイミングが重要な営業秘密であり、B法人と契約農家で共有・管理するとともに、①～③に関する暗黙知の形式知化にも取り組む。

<マニュアルの作成と屋外の営業秘密>

- ・ B法人が共通マニュアルを作成し、契約農家に紙で配付している。
- ・ ほ場は屋外にあるため栽培状況を隠すことはできないが、重要な営業秘密である品種などについては看板等で表示しないようにしている。

<暗黙知の形式知化>

- ・ 担当者の異動等で失われる現場の勘等の属人的な暗黙知を形式知化して継承することを目的として、300枚弱のほ場の情報をクラウド型生産管理システムに蓄積。
- ・ システムに蓄積される①土づくり、②品種選択、③収穫時期のタイミングに関する情報は重要な営業秘密であり、システムの管理を担当する外部企業とは秘密保持契約を締結して厳重に管理。

<従業員との関係>

- ・ 栽培の現場担当者が同業他社に転職したことを契機に、転職先でB法人のノウハウを漏らさないよう退職時に念書を交わすようにした。

養鶏場C

<概要>

- ・採卵養鶏業を行う養鶏場Cの重要な技術・ノウハウ等は、ヒナ、飼料、飼養管理に関する内容。
- ・特に飼養管理では、外部から提供された情報を組み合わせ、鶏舎構造、飼料、給水、ライトの点灯、換気管理等に関する独自の技術マニュアルを作成。
- ・マニュアルは従業員に共有し、実践を通じた従業員の世代間での技術・ノウハウ等の継承に取り組む

<マニュアルの作成>

- ・飼養管理では、動物用医薬品メーカーや専属獣医師等から提供された情報を組み合わせ、鶏舎構造、飼料、給水、ライト、換気管理等に関する独自の技術マニュアルを作成している。
- ・技術マニュアルを従業員に共有して実践し、畜舎内の反応を観察することにより技術マニュアルの改善を重ねている。

<暗黙知の継承>

- ・自然や動物を相手にする農業では、マニュアル実践にあたっては従業員の経験やコツといった暗黙知を活用した微調整が必要であり、勉強会の開催等により暗黙知の世代間継承にも取り組む。

<従業員との関係>

- ・就業規則には従業員による養鶏場内の情報の持出しを禁ずる条項を設けており、従業員は就業時にその内容について説明を受けた上で、署名する。
- ・近年は、養鶏場内で得た情報のSNS等への投稿も禁じている。

和牛繁殖肥育D法人

<概要>

- ・ 和牛繁殖肥育D法人は、肥育牛と子牛販売のほか、酪農部門も有しており、生乳販売等を行う。
- ・ 搾乳中のホルスタイン種に受精卵移植を行う技術と経営管理ノウハウが重要な営業秘密。
- ・ 堆肥処理に関しても蓄積されるノウハウはあるが、家畜ふん尿処理は業界全体の課題であるため積極的に共有。

<属人的な技術・ノウハウ等の管理>

- ・ 和牛受精卵移植に関しては、作業の手順は同じでも技術者により受胎する確率に幅があり、こうした属人的な差は、個人のセンスや暗黙知に基づくもの。
- ・ 産地から優秀な技術者が流出すると、それに伴いノウハウも流出するおそれがあり、業界全体での対策が重要である。

<経営管理に関するノウハウの管理>

- ・ 飼養管理、繁殖成績、産乳量等と財務関連の多数の指標から、経営者が意思決定を行う仕組みが営業秘密。
- ・ 各種指標を印刷した紙は、施錠できるキャビネットで厳重管理している。紙を配布する場合は役職者に限定し、取扱いについても都度、注意喚起する。
- ・ 経営管理データは専用サーバーに格納し、アクセスできるユーザーを限定しているが、技術に関するデータは担当の従業員にはオープンにしている。

<業界全体の課題への対応>

- ・ 家畜ふん尿による悪臭が社会課題となっており、D法人では、社内に蓄積された、たい肥製造に関するノウハウについて、同業者から聞かれれば共有するなど、業界全体のためにあえてオープンにしている。

施設園芸のE生産部会

<概要>

- ・ E生産部会は、施設園芸の数十戸で組織される。加温ハウスでの栽培・収穫にICTを導入し、増収。
- ・ 重要な技術・ノウハウ等は、環境制御機器の設定や使い方であり、データへのアクセス制限や生産部会内での意識醸成、メーカーとの秘密保持契約の締結等により、情報を厳重に管理。

<データの管理と意識醸成>

- ・ E生産部会の部会員（生産者）のデータは農協が管理しており、農協の共有サーバーにアクセス可能な者を制限するとともに、紙媒体にも「部外秘」等と明記している。
- ・ E生産部会では、技術データはノウハウであると部会員に意識付けしており、実証事業等でデータを活用する際も、E生産部会が部会員と契約締結した上で実施している。
- ・ 講演や交流で産地を代表して話す場合は、すぐに真似できない内容に留めることができる生産者に対応をお願いしている。

<外部関係者との契約締結>

- ・ 他産地に持ち出されたくないノウハウがある場合は、普及指導員に何を他産地へ漏らしてほしくないかを伝え、公務員の守秘義務に基づく対応を依頼している。
- ・ ICT関連では取引先メーカーと秘密保持契約を締結しているが、「農業ITサービス標準利用規約ガイド」等の策定により、こうした契約にかかる交渉へのハードルが下がったと感じている。
- ・ 生産者が記録・閲覧する項目、およびその組合せを生産者・農協の重要なノウハウと位置づけ、契約ではそれらの第三者への提供を制限している。メーカーとの契約で秘密にする項目は、生産者の意見を聞きながら、農協と連合会が作成している。

<共有範囲に関する意思統一>

- ・ 共有するデータ項目、公開範囲について、生産者・農協内で事前に協議・合意するため、特定のフォーマットを設け、タイムリーな対応と安易な情報提供の防止を同時に目指している。

(参考) 情報の共有範囲について生産者・農協内で協議・合意するためのフォーマット例

	個人が特定 できる情報	個人特定が 困難な情報
農協	○	○
システム 利用中 の部会員		
システム 未利用 の部会員		
中央会・連合会		
県（普及組織、試験場等）		
システム提供者（開発・保守目的）	○	○
その他		

①環境情報（ハウス温度等）、
②作業／生育情報（防除等）、
③収量情報、④加工情報（単収）
の4項目について協議

<使い方>

- ・表の空欄箇所に、①～④の情報についての利用の可否（○または×）を記入。
- ・フォーマットは目的（部会基本ルール、研究プロジェクトなど）別に作成し、それぞれ共有範囲を設定。
- ・データの利用はできないが、紙のみ閲覧可とするといった措置を講じることもある。

花きのF産地

<概要>

- ・ F産地では、160戸弱が地域ブランドの独自品種を作付けており、販売額は10億円超。
- ・ 行政の研究開発部門が重要な組織培養技術を有し、栄養繁殖系の原々種、種子繁殖系の親品種を維持。この組織培養技術の不正使用の証明は困難であり、独自品種の親株とともに営業秘密として管理。
- ・ 生産者における独自品種の所有権意識を高めたり、退職後の公務員を活用したりするなど、営業秘密を流出させにくくする工夫も。

<生産者の意識を高める工夫>

- ・ 生産者、関係機関は各種契約で親株や苗の産地外への持出制限しており、産地外での独自品種の栽培が発覚した場合、苗の持出等の違反者に罰金等を科すことになっている。
- ・ 生産者が研究協力費を拠出し、意思決定にもかかわることから、独自品種に対する所有意識が高い。

<海外展開における契約締結>

- ・ 重要な組織培養（挿し木や栄養培養）技術は、特許取得しても不正使用の証明が難しいため、営業秘密として管理。
- ・ 外国企業に組織培養のノウハウを共有する際は、違反の発覚しやすさや契約を遵守してもらえそうか、共有先の資本力等も考慮して契約を締結。

<退職後の職員の技術・ノウハウ等>

- ・ 退職後の公務員の技術を活用できる団体を産地内に設置することにより、人材流出を防ぐ。

いちご栽培用資材販売G社

<概要>

- ・ G社は、独自の有機肥料の販売とイチゴ栽培指導を実施。
- ・ 有機肥料原料の製造方法や肥料の成分構成、資材の使い方に関する情報が営業秘密。
- ・ 最も重要な情報は、社内でも口頭のみで共有し、信頼できる農家に限定して提供する等、慎重に管理。

<秘密保持契約、守秘義務契約の締結>

- ・ 肥料の原料は秘密保持契約を締結した上で協力業者数社に製造を依頼しており、重要な営業秘密である有機肥料の成分構成についても厳重に管理。
- ・ 有料コンサルティングにより栽培指導を実施している指導先とは、守秘義務契約を交わしている。

<媒体に記録しない技術・ノウハウ等>

- ・ 最も重要な情報はあえて文書化せず、社内でも口頭で共有し、信頼できる農家のみに提供している。

＜概要＞

- ・ 日本最大級の公設試験研究機関である農研機構は、全国各地に研究拠点を有する。
- ・ オープン・クローズ戦略を実践し、研究成果のうち秘匿すべき重要な情報は厳重に管理。
- ・ グローバル化が一層進行する中、知的財産管理の重要性は増しており、最先端技術の研究・開発では、企業と共同研究契約を締結して進めるものもある。

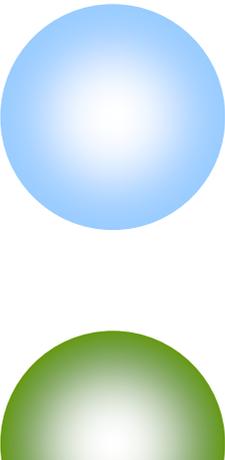
＜オープン・クローズ戦略とノウハウの指定＞

- ・ 社会実装を進めるなか、論文として公表したり、権利化した上で外部に許諾する（オープン戦略）研究成果と、秘匿する（クローズ戦略）研究成果を区分。
- ・ 秘匿した方が良いものはノウハウとして指定し、秘密情報として厳重に管理。
- ・ オープン戦略を採用することとした技術についても、現時点にて文書化されていない暗黙知（ノウハウ）が存在しており、研究プロセスにおける暗黙知のデータの取扱いの管理に取り組む。

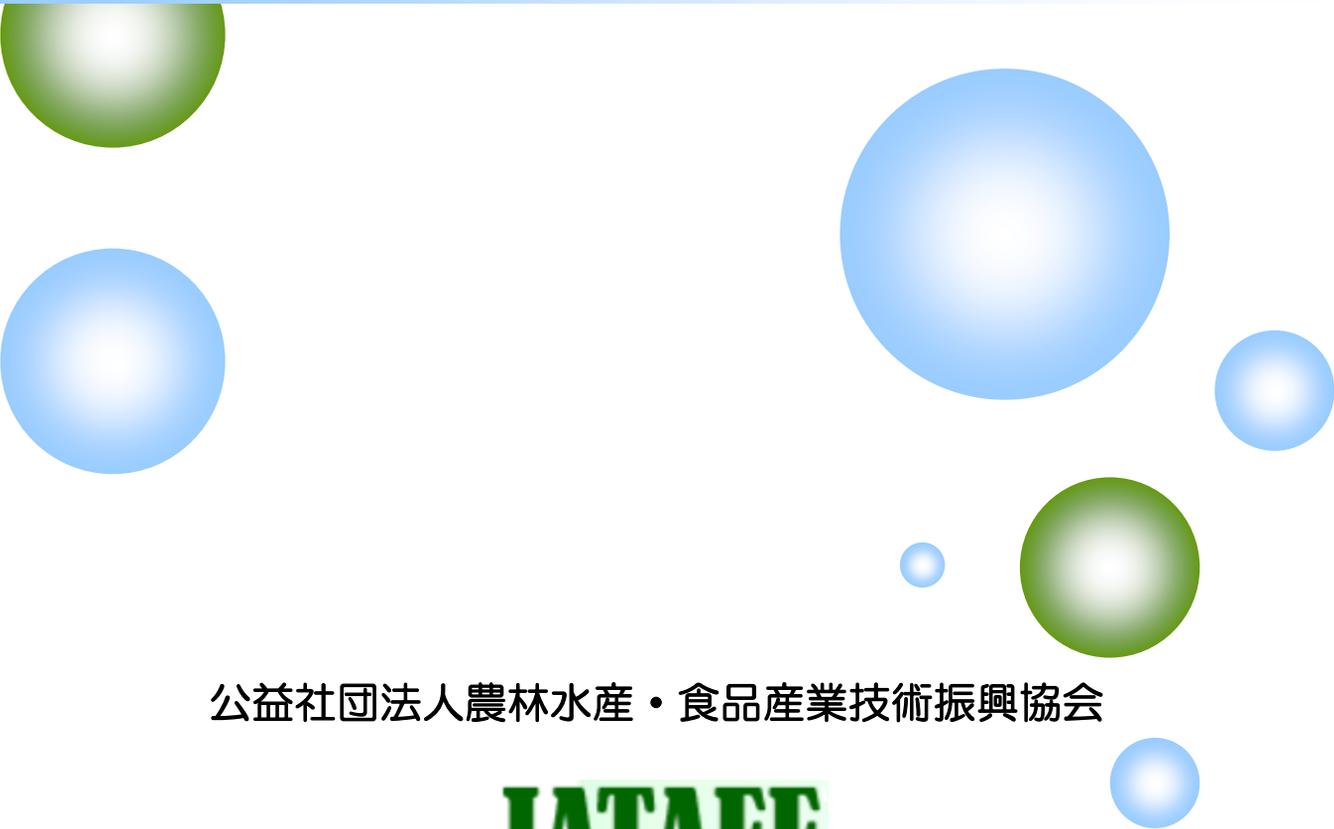
＜企業との共同研究と知的財産管理＞

- ・ 最先端技術の研究・開発では、企業と共同研究契約を締結して進めるものもある。生じた知的財産の権利化とそのマネジメントは知的財産専門部署が行う。
- ・ グローバル化が一層進行しており、知的財産管理の重要性が増していると認識している。

- 公益社団法人農林水産・食品産業技術振興協会（JATAFF）
- 農業分野におけるノウハウ等の保護方策検討会 委員
 - 犬塚 明伸 独立行政法人家畜改良センター 理事
 - 佐藤 博之 J A全農耕種総合対策部アグリ情報室 室長
 - 田村 善之 東京大学大学院法学政治学研究科 教授（座長）
 - 林 いづみ 桜坂法律事務所 弁護士
 - 林 慎悟 株式会社林ぶどう研究所 代表
 - 平井 佑希 ライツ法律特許事務所 弁護士・弁理士
 - 六角 啓一 タキイ種苗株式会社 法務部長
 - 山根 崇邦 同志社大学法学部・法学研究科 教授



農業分野における営業秘密の
保護ガイドライン
- ダイジェスト版 -



公益社団法人農林水産・食品産業技術振興協会

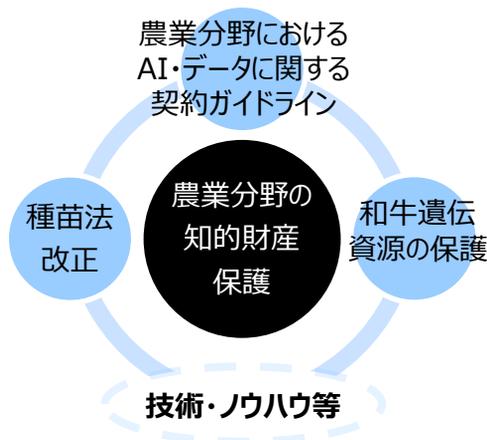
JATAFF

農業分野の技術・ノウハウ等の保護が重要に（ガイドラインP.5～P.7参照）

経済のグローバル化の進展を背景として、**農業分野でも知的財産が重要という認識は高まっており**、種苗法改正や和牛遺伝資源の保護などの制度整備が進んできています。

一方、**農業分野の優れた栽培・飼養技術やその他のノウハウ等**（以下、「技術・ノウハウ等」）を保護する仕組みについては、その知見が十分に行き渡っておらず、農業分野の知的財産保護における残された課題、「**ミッシングピース**」となっています。

そこで、**農業分野の技術・ノウハウ等について、不正競争防止法の営業秘密の枠組み（P.2参照）を活用した保護**に取り組んでいただくために、その際の留意点などをガイドラインとしてわかりやすくまとめました。**このガイドラインに沿って技術・ノウハウ等を適切に管理することにより、営業秘密として保護することができます。**



不正競争防止法の営業秘密として保護！

まず、**具体的に何をすればよいか知りたい場合は、「マニュアル」（P.5～10参照）からご覧下さい。**

農業分野の技術・ノウハウ等とは？（ガイドラインP.7～P.10参照）

生産現場には、我が国の農業に国際的な優位性をもたらす**熟練農家の優れた技術・ノウハウ等**が存在しています。その中には、**流出した場合に大きな損害を被る可能性のあるもの**もありますが、**技術・ノウハウ等は共有するのが当たり前という考え方が広く根付いていたこともあり、適切な管理がなされているとは言いがたいのが実態です。**

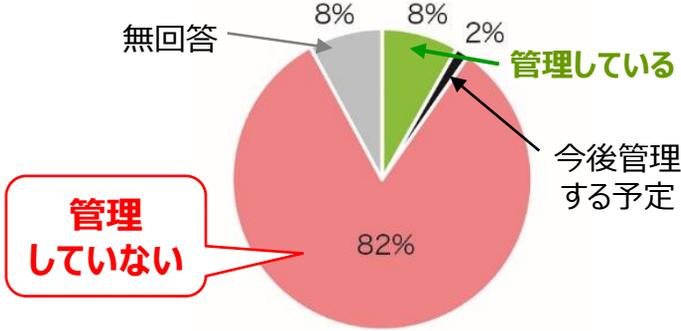
< 生産現場における様々な技術・ノウハウ等の例 >



< 生産者の8割以上は技術・ノウハウ等を管理していない >

技術やノウハウはタダで誰にでも教えるのが当たり前！？

流出すれば大きな損害を被る可能性も！



【調査概要】277の農業経営体が17年7～8月に回答

営業秘密って何だろう？（ガイドラインP.10～P.15参照）

不正競争防止法のもとでは、研究・開発や営業活動により生み出された生産の方法やノウハウ等を「**営業秘密**」として保護することができます。

「**営業秘密**」は、「**秘密として管理されている**生産方法、販売方法その他の**事業活動に有用な技術上又は営業上の情報**であって、**公然と知られていないもの**」と定義されています。営業秘密の保有者は、不正な手段により営業秘密を取得・利用された場合、そのような行為の差止めや損害賠償を請求することができるなど、**法的な保護を受けることが可能です**。

営業秘密としての保護を受けるためには、以下の**3要件を満たす必要**があり、経済産業省が定める「**営業秘密管理指針**」において、必要となる最低限の水準の対策が示されています。

営業秘密の3要件

要件1 秘密管理性：秘密として管理されていること

→ 従業員等からみて、その情報が秘密としたい情報であることが分かる程度に、アクセス制限やマル秘表示といった秘密管理措置がなされていること。



要件2 有用性：有用な技術上又は営業上の情報であること

→ その情報が事業活動が利用されることによって経費節約、経営効率の改善などに役立つものであること。現実に利用されていなくても構わない。

要件3 非公知性：公然と知られていないこと

→ 合理的な努力の範囲内で入手可能な刊行物には記載されていないなど、保有者の管理下以外では一般に入手できないこと。

大事な技術・ノウハウ等を営業秘密として守るためには、他の人にうっかり「見せざる」「言わざる」「聞かせざる」を心がけて管理しておかないといけないね。



参考：経済産業省「営業秘密管理指針」

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/chizai/chiteki/guideline/h31ts.pdf>

農業分野において営業秘密の保護を進める上では、「営業秘密管理指針」の内容を基本としつつ、以下のような農業分野の特殊性を踏まえた実効的な対策を講じる必要があります。

- 作物の栽培や技術・ノウハウ等の実践が**人目にさらされやすい屋外で行われる**
- 個人経営などの**小規模な生産者が多い**
- 農協の生産部会等の**広い範囲で技術・ノウハウ等が共有される**
- 技能実習生や見学者、指導員など、**従業員以外に生産現場へ立ち入る関係者がいる**

次のページからは、「**営業秘密管理指針**」を**農業分野に当てはめる**ことにより、生産現場で3要件を満たすために抑えるべきポイントを解説します！



営業秘密管理指針では、**秘密管理性**の要件を満たすためには、**秘密とする情報の範囲を従業員等が明確に認識できること**（「認識可能性の確保」と言います）が**重要**であるとされています。農業分野において、**従業員**との関係では、経営の規模に応じて、**以下のような措置を講じる必要**があります。

従業員が少数の場合 (家族のみの場合を含む)

秘密にしたい技術・ノウハウ等に接することができる者を制限してしまうと、作業に従事できる者が限られ、業務の効率が著しく低下してしまうことも考えられます。このため、**従業員・家族間で技術・ノウハウ等を共有することを前提**に、その内容を**外部には秘密にすべきという認識を共有**することが重要です。



従業員が一定数（数十人）以上の場合

全ての従業員との間で綿密な意思疎通を図ることが困難な場合もあるため、秘密にしたい**技術・ノウハウ等に触れる従業員を制限**したり、書面で秘密情報の管理のルールを定めて秘密情報の管理意識を醸成するなど、**日常的に従業員等へ注意喚起や教育を行う**ことが重要です。



さらに、従業員や家族以外に、生産現場に立ち入り、技術・ノウハウ等に接する可能性がある**技能実習生や見学者、指導員等**との関係では、**以下のような措置を講じる必要**があります。

技能実習生や見学者等

見せたり教えたりするのは一般的な営農技術にとどめ、**独自の技術・ノウハウ等を不用意に開示しない**ことが重要です。特に、**秘密にしたいモノや情報がある区画へ安易に立ち入らせない**ことが最も確実で簡便な方法であると考えられます。



指導員（県普及指導員・JA営農指導員）

指導員は、技術・ノウハウ等を管轄内の生産者に伝達する役割を有しています。このことも踏まえ、生産者の側では、**他の生産者等に「伝達してよい情報」と「伝達してほしくない情報」を指導員が明確に区別できるように、文書などで特定して、指導員に伝えておく**ことが重要です。



教えて！

秘密にしたいモノが屋外にある場合はどうしたらいいの？



農業分野では、例えば開発中の品種など、秘密にしたいモノを屋外で管理することも少なくありません。このようなときに、**秘密にしたいモノがある区画に「立入禁止」などの立看板を設置**してしまうと、**かえってそこに重要な秘密があることを外部に教えてしまうことにもなりかねない**ため、注意が必要です。

本来、他人の土地であってその場に立ち入ってはいけないはずの**侵入者に対しては**、秘密にしたいモノに接してはいけないことは明らかであるので、**特段の措置を講じなくとも、秘密管理性を満たすと考えられます。**

他方、**立入りが許されている従業員等に対しては**、**外部の人に知らせてはいけないという認識を共有**するか、あるいは、そもそも**秘密にしたいモノがある区画に立入可能な従業員を限定**したり、品種名等を表示する代わりに「区画 A」などと記号で呼んで**秘密にしたいモノがどこにあるかを気付かれないように工夫**するとよいでしょう。

農業分野では、**地域の生産者グループや農協の生産部会等**で技術・ノウハウ等が共有されていることも多く、これを営業秘密として保護するためには、生産者ごとに前頁の対応を行うだけでなく、グループとして適切な管理を行うことが重要です。具体的には、**以下のような措置を講じる必要**があります。

グループ内に限定して共有される技術・ノウハウ等を**外部に開示してはならないという認識をメンバー間で共有**することが重要です。



グループ内での**秘密情報の管理ルールを定めてメンバーに周知**したり、農協の生産部会では、**農協と部会員との間で秘密保持契約を締結**したりすることも重要です。

例えば、生産部会で独自に作成した栽培暦は、**共有範囲を明確にし、「●●生産部会内限り」**などと明記しましょう。



自身の技術・ノウハウ等とグループ内で生み出した技術・ノウハウ等を**書面などで特定して区別**しましょう。

県単位など、さらに**広範囲で共有する技術・ノウハウ等**を営業秘密として保護する場合は、**秘密保持契約を締結**するなど、**秘密情報の範囲を一層明確に特定**することが重要です。

有用性や**非公知性**の要件に関しては、以下に留意しましょう。

有用性の要件は、公序良俗に反するものを営業秘密から除外することが主眼です。**ネガティブ情報**（作況が悪かった年の生育データや病害虫に対して効き目がなかった対処策など）や、自然や環境の影響により**必ずしも再現性の高くない技術・ノウハウ等**であっても**有用性は否定されず、営業秘密として保護することが可能**です。

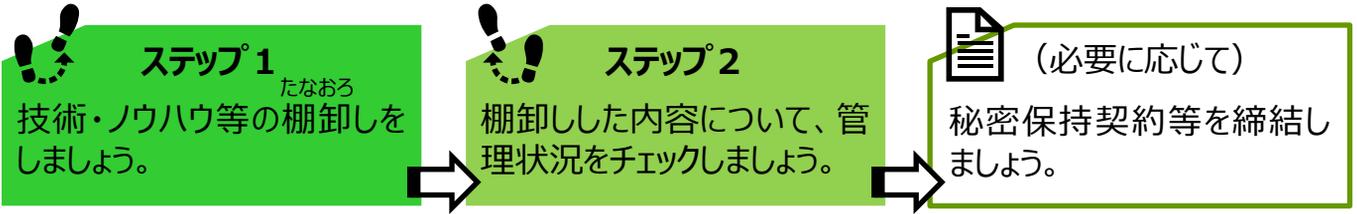
非公知性の要件に関しては、①同じ材料を保有する**他の生産者が偶然思いつく可能性**がある**技術・ノウハウ等**や、②市販されている肥料などの**公知の情報を独自に組み合わせ**たものであっても、一般的に知られた状態になっていない、または簡単に知ることができないものであれば、**営業秘密として保護することが可能**です。

次のページからは、「**営業秘密の基礎的管理マニュアル**」を紹介します。**生産現場で実際に技術・ノウハウ等を営業秘密として管理するために必要な手順**を一緒に確認していきましょう！



営業秘密の基礎的管理マニュアル <実践編> (ガイドラインP.37~P.55参照)

以下のステップに沿って、必要な措置を講じていきましょう。



ステップ1 (1) 技術・ノウハウ等の棚卸し

以下のシートの質問に沿って技術・ノウハウ等を書き出してみましょう。

① 耕種分野 ※以下は例示であり、保護され得る技術・ノウハウ等は、これらに限られるものではありません。

工程	保護され得る技術・ノウハウ等の例	左記のような技術・ノウハウ等について、これまで独自に工夫してきたことはありますか？その内容は、どのようなものですか？
種苗の生産・増殖	種苗の保管・催芽・育苗・種苗ほ場管理・接ぎ木・挿し木の方法、F1品種の親系統に関する情報、育種母本に関する情報	
土作り・施肥	堆肥の生産技術、肥料の配合割合、施肥時期の判断要素、施肥方法、過去に蓄積した施肥と生育の相関データ	
播種・植付け	播種時期の判断要素、播種方法、多品種の組合せ方法（栽培計画）	
防除	防除時期の判断要素、薬剤散布方法 過去に蓄積した防除と生育の相関データ	
物理的な草樹勢・収穫物品質管理	摘葉、摘心、摘芽、断根、水分管理、誘引、整枝、剪定、摘花・摘果・摘粒・摘房に係る時期とその方法	
収穫・調製	収穫時期の判断要素、収穫方法、水分管理・予冷等の調製方法	
その他栽培全般	かん水方法、環境制御方法（例：施設栽培等における水分量・二酸化炭素量・日光量・夜間照明量・養液分量の制御）、作業員の配置計画・労務管理、人工授粉、ホルモン剤処理、作柄の見回り、過去に蓄積した栽培管理と生育の相関データ	
選別・包装	選別方法、選果ラインの設計、パッキング方法、充填方法	
経営管理	財務情報、顧客情報、販売実績	

② 畜産分野 ※以下は例示であり、保護され得る技術・ノウハウ等は、これらに限られるものではありません。

工程	保護され得る技術・ノウハウ等の例	左記のような技術・ノウハウ等について、これまで独自に工夫してきたことはありますか？その内容は、どのようなものですか？
繁殖	家畜人工授精用精液の採取・処理・注入技術、家畜受精卵の採取・処理・移植技術、血統による交配の組合せ	
家畜・家さんの導入	健康状態の推察方法、過去に蓄積した導入家畜・家さんの品種・血統と飼養成績の相関データ	
飼料生産・調製・給与	飼料の生産・調製技術、飼料の配合割合、飼料の給与量と種類の切り替え時期の判断要素、飼料給与方法、過去に蓄積した飼料（給与量、種類）と飼養成績の相関データ	
衛生管理・疾病対策	農場の衛生管理プログラム（消毒薬の選択、消毒薬の濃度・量、品質管理の手法等）、過去に蓄積した衛生管理・疾病対策と飼養成績の相関データ、鶏卵の衛生管理プログラム（GPセンター衛生管理マニュアル等）、ワクチン・プログラム	
その他飼養全般	給水方法、飼養環境制御方法（例：畜舎・鶏舎内の温度・湿度・風量・照明量）、作業員の配置計画、労務管理、家畜・家さん等の見回り、過去に蓄積した飼養管理と飼養成績の相関データ、敷料の材料・床の材質	
排せつ物処理	堆肥化・汚水処理・エネルギー化の方法	
出荷	出荷時期の判断要素、出荷前の管理方法、鶏卵のトレーサ情報の把握・管理方法	
経営管理	財務情報、顧客情報、販売実績	

ステップ1 (2) 共有範囲の確認

以下のフローチャートに沿って技術・ノウハウ等が誰に共有されているか、営業秘密として保護することが可能か確認しましょう。

① 個々の生産者（法人を含む）の技術・ノウハウ等



(1) で整理した独自の技術・ノウハウ等を、これまで誰かに教えたことがありましたか？

自分しか知らない、または、家族や社内の人にしか教えていない。

農協の生産部会メンバーや指導員に教えた。

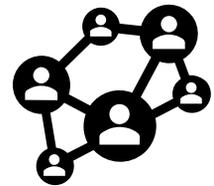
色々な人に教えたので、みんなが知っている。

その技術・ノウハウ等は、適切に管理することにより営業秘密として保護することが可能です。「ステップ2 営業秘密の管理方法チェック」で、管理方法を確認しましょう。

ア、従業員が少数の場合（家族のみの場合を含む） → ステップ2 (1) へ
イ、一定数以上の従業員を雇用している場合 → ステップ2 (2) へ

※ アまたはイのどちらにあたるかは、個別の経営体の状況に応じて判断する必要がありますが、一般的には従業員が数人程度であればア、数十人以上であればイが適当であると考えられます。

② 農協の生産部会などのグループの技術・ノウハウ等



(1) で整理したグループ独自の技術・ノウハウ等を、これまで誰かに教えたことがありましたか？

生産部会メンバーにのみ共有している。

他のグループや指導員に教えた。

色々な人に教えたので、みんなが知っている。

その技術・ノウハウ等は、適切に管理することにより営業秘密として保護することが可能です。「ステップ2 営業秘密の管理方法チェック」で、生産部会等の地域グループにおける営業秘密の管理方法を確認しましょう。→ ステップ2 (3) へ

上記の「個々の生産者（法人を含む）の技術・ノウハウ等」や「農協の生産部会などのグループの技術・ノウハウ等」以外に、例えば県が開発し、県内の生産者にのみ共有する技術・ノウハウ等も営業秘密にあたり得ます。このように都道府県など広範囲における営業秘密の管理方法については、ステップ2 (4) により確認して下さい。

ステップ2 主体別での管理方法のチェック

☞ 以下のチェックシートにより、独自の技術・ノウハウ等を営業秘密として管理するために必要な措置がとられているかを確認しましょう。

営業秘密の管理主体別に、(1) 従業員が少数の生産者（家族のみの場合を含む）、(2) 一定数以上の従業員を雇用している生産者、(3) 農協の生産部会などの地域のグループ、(4) 都道府県などの広範囲の4種類のチェックシートを用意していますので、最も近いものを使用して下さい。

(1) 従業員が少数の生産者（家族のみの場合を含む）における営業秘密の管理

チェック	項目	ガイドライン 参照箇所
ア 営業秘密の特定と意識の醸成		
<input type="checkbox"/>	ステップ1 を参考に、あなたの営業秘密の有無とその内容を整理し、従業員・家族と共有しましょう	P.7～13
<input type="checkbox"/>	営業秘密は、経営にとって重要なものであり、外部の人に教えてはいけないという認識を、従業員・家族との間で共有しましょう。	P.17～19
<input type="checkbox"/>	営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものが従業員や家族以外の者に見られたりしないよう管理しましょう。	P.10～12、 23～25
イ 技能実習生、見学者などとの関係		
<input type="checkbox"/>	営業秘密について、技能実習生、見学者などの外部の人に見せたり説明したりすることは、不用意に行わないようにしましょう。 ※ ただし、ただ目にしただけでは、その内容を理解できないような営業秘密であれば、営業秘密に着目させない工夫も重要です。	P.20～21
<input type="checkbox"/>	営業秘密について、やむを得ず技能実習生、見学者などの外部の人に見せたり説明したりしなければならぬ場合、その営業秘密を他者に漏らさないでほしいということを相手に伝えましょう。	P.20～21
ウ 指導員との関係		
<input type="checkbox"/>	指導員が立ち入る場合、他者に伝達してよい情報と伝達してほしくない情報（営業秘密）を明確に区別し、その営業秘密を他者に伝達しないほしいということを指導員に伝えましょう。	P.21～22
<input type="checkbox"/>	農業分野の技術・ノウハウ等に詳しく、各生産者を定期的に訪問する指導員は、生産者の営業秘密に接する機会が多いと考えられるため、指導員と生産者の間で営業秘密の取扱いについて秘密保持契約を取り交わしておくことも有益です。具体的な契約書面については、「 ひな型①：指導員向け秘密保持契約書面 」を参考にしましょう。	P.21～22

ひな型①：指導員向け秘密保持契約書面

●●様

- 1 ほ場等に立ち入ることで見聞きし、又は生産者から説明を受けた、技術・ノウハウ等については、生産者独自の技術・ノウハウ等であることを尊重し、生産者の事前の同意がない限り、第三者に開示しません。
- 2 前項の同意を得て開示を行う際には、第三者に開示する技術・ノウハウ等の内容及び開示する相手先（人的範囲）を具体的に明らかにするようにいたします。
- 3 上記各事項は、私が退職したり、他の地域に異動になった場合であっても、遵守いたします。

※必要に応じて、以下のように、対象となる技術・ノウハウ等を特定しても良い。

- 4 上記の対象となる技術・ノウハウ等は、以下のとおりです。

「・肥料の配合に関する技術・ノウハウ等」など

（日付）_____

（署名）_____

(2) 一定数以上の従業員を雇用している生産者における営業秘密の管理

チェック	項目	ガイドライン参照箇所
ア 営業秘密の特定と意識の醸成		
<input type="checkbox"/>	ステップ1 を参考に、あなたの会社の営業秘密の有無とその内容を整理し、それぞれの営業秘密を知ることができる従業員をできるだけ限定しましょう。 ※ ただし、営業秘密を知ることができる従業員を制限することが難しい場合（例：区画を限定することが難しい施肥や水やりなど）は、従業員に安易に外部に伝達してはいけないものであることを伝えておくことが重要です。	P.7~13,18
<input type="checkbox"/>	営業秘密は、あなたの会社にとって重要なものであり、社外に教えてはいけないという認識を、営業秘密を知っている従業員との間で共有しましょう。	P.18~20
<input type="checkbox"/>	営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものが従業員以外の者に見られたりしないよう管理しましょう。	P.10~12,23~25
イ 社内での管理		
<input type="checkbox"/>	従業員との間で、営業秘密の取扱いのルールを定めましょう。	P.18~19
<input type="checkbox"/>	① ルールは、書面や電子データで定めるようにし、従業員がいつでも見られる状態で保管しましょう。	P.18~19
<input type="checkbox"/>	② 従業員が退職した後のことについても定めましょう。	P.19~20,26~28
<input type="checkbox"/>	③ 上記のルールについて、従業員がどの程度理解し、実践しているか、定期的に確認しましょう。	P.19
<input type="checkbox"/>	④ 上記ルールに記載した内容について、社内の規則や誓約書などの書面により定めることが望まれます。具体的な誓約書面については、「 ひな型②：従業員向け誓約書面 」を参考にしましょう。	P.19~20
ウ 技能実習生、見学者などの関係		
<input type="checkbox"/>	営業秘密について、技能実習生、見学者などの外部の人に見せたり説明したりすることは、不用意に行わないようにしましょう。 ※ ただし、ただ目にしただけでは、その内容を理解できないような営業秘密であれば、営業秘密に着目させない工夫も重要です。	P.20~21
<input type="checkbox"/>	営業秘密について、やむを得ず技能実習生、見学者などの外部の人に見せたり説明したりしなければならない場合、その営業秘密を他者に漏らさないでほしいということを相手に伝えましょう。	P.20~21
エ 指導員との関係		
<input type="checkbox"/>	指導員が立ち入る場合、他者に伝達してよい情報と伝達してほしくない情報（営業秘密）を明確に区別し、その営業秘密を他者に伝達しないしてほしいということを指導員に伝えましょう。	P.21~22
<input type="checkbox"/>	農業分野の技術・ノウハウ等に詳しく、各生産者を定期的に訪問する指導員は、生産者の営業秘密に接する機会が多いと考えられるため、指導員と生産者の間で営業秘密の取扱いについて秘密保持契約を取り交わしておくことも有益です。具体的な契約書面については、 (1) の「 ひな型①：指導員向け秘密保持契約書面 」を参考にしましょう。	P.21~22

ひな型②：従業員向け誓約書面

●●農園 御中

- 1 会社の業務を通じて見聞きた会社の営業秘密（社内のみで共有される技術・ノウハウ等）については、無断で社外の者に開示しません。
- 2 外部から営業秘密にあたる技術・ノウハウ等について提供を求められた場合には、速やかに上長に報告するとともに、開示の可否について、会社の決定に従います。
- 3 会社の営業秘密の取扱いについては、会社の定めるルールや会社の指示に従うものとします。
- 4 上記各事項は、在職中はもちろん、退職後も、遵守いたします。
- 5 上記事項に違反した場合、懲戒等の事由となることがあること、会社に対して損害賠償義務などを負うことがあることを理解しました。

(日付) _____

(署名) _____

(3) 農協の生産部会などの地域のグループにおける営業秘密の管理

チェック	項目	ガイドライン参照箇所
ア 営業秘密の特定と意識の醸成		
<input type="checkbox"/>	グループのメンバー間で、 ステップ1 を参考に、グループにおける営業秘密の有無とその内容を整理しましょう。その際、メンバー間で共有される営業秘密について、特定のメンバーが提供・開示したものなのか、グループでの検討の結果生まれたものなのか、それぞれ区別して整理しましょう。	P.7～13,30
<input type="checkbox"/>	営業秘密は、グループにとって重要なものであり、グループ外に教えてはいけないという認識を、メンバー間で共有しましょう。特に、グループのメンバー数が多く地理的範囲が広い場合、それぞれの営業秘密ごとに、これを共有するメンバーの範囲を明確にしておくことが重要です。	P.29～30
<input type="checkbox"/>	営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものがメンバー以外の者に見られたりしないよう管理しましょう。	P.10～12, 23～25
イ グループの内部での管理		
<input type="checkbox"/>	グループのメンバーとの間で、営業秘密の取扱いのルールを定めましょう。	P.29～30
<input type="checkbox"/>	① ルールは書面や電子データで定めるようにし、各メンバーがいつでも見られる状態で保管しましょう。	P.29～30
<input type="checkbox"/>	② ルールを定める際には、メンバー以外に営業秘密を開示してはいけないことなど、営業秘密の管理の方法について定めましょう。	P.29～30
<input type="checkbox"/>	③ メンバーがグループから脱退した後のことについても定めましょう。	P.29～30
<input type="checkbox"/>	④ 上記のルールについて、各メンバーがどの程度理解し、実践しているか、定期的に確認しましょう。	P.29～30
<input type="checkbox"/>	⑤ 上記ルールに記載した内容について、メンバー間で秘密保持契約を結ぶことが望まれます。具体的な契約書面については、「 ひな型③：生産部会のメンバー向け秘密保持契約書面 」を参考にしましょう。	P.29～30
ウ グループ外部との営業秘密の共有		
<input type="checkbox"/>	グループの外部の者（例えば、他地域の生産者グループや指導員、技術実習生、見学者など）に営業秘密を共有する場合には、共有する営業秘密の内容と共有できる相手方の範囲について、書面で定めましょう。	P.29～31
<input type="checkbox"/>	営業秘密を共有する相手方にも、共有できる範囲と営業秘密の取扱いのルールを示し、これに沿って営業秘密を管理するよう伝えましょう。	P.29～31
<input type="checkbox"/>	指導員が立ち入る場合、他者に伝達してよい情報と伝達してほしくない情報（営業秘密）を明確に区別し、その営業秘密を他者に伝達しないでほしいということを指導員に伝えましょう。	P.21～22
<input type="checkbox"/>	農業分野の技術・ノウハウ等に詳しく、各生産者を定期的に訪問する指導員は、生産者の営業秘密に接する機会が多いと考えられるため、指導員との間で営業秘密の取扱いについて秘密保持契約を取り交わしておくことも有益です。具体的な契約書面については、 (1) の「 ひな型①：指導員向け秘密保持契約書面 」を参考にしましょう。	P.21～22

ひな型③：生産部会のメンバー向け秘密保持契約書面

●●農業協同組合 御中

- 生産部会の営業秘密（生産部会メンバーから生産部会内に限って開示された技術・ノウハウ等や、生産部会での検討の結果生まれた技術・ノウハウ等）については、生産部会メンバー内でのみ共有し、無断で生産部会メンバー以外の者に開示しません。
- 生産部会の営業秘密は、生産部会に所属するメンバーの生産技術の向上等、生産部会の設置目的に従って活用されるために共有されるものであることを理解し、開示された営業秘密を当該目的外に使用しません。
- 生産部会メンバー以外の者から、営業秘密にあたる技術・ノウハウ等について提供を求められた場合には、速やかに生産部会に報告するとともに、開示の可否について、生産部会の決定に従います。
- 生産部会の営業秘密については、意図せず漏洩しないように、自身の独自の技術・ノウハウ等と同様に、適切に取り扱うものとします。
- 自身の独自の技術・ノウハウ等と生産部会の営業秘密とが混同してしまわないよう、区別して取り扱うよう心がけます。また、生産部会の営業秘密のやりとり当たっては、できるだけその内容や共有範囲を書面で特定するよう心がけます。
- 上記事項に違反した場合、●●農業協同組合に対して損害賠償義務などを負うことがあることを理解しました。
- 上記各事項は、生産部会のメンバーである間はもちろん、生産部会を脱退した後も、遵守いたします。

（日付）

（署名）

(4) 都道府県が管理する場合など広範囲における営業秘密の管理

チェック	項目	ガイドライン参照箇所
ア 営業秘密の特定と意識の醸成		
□	ステップ1 を参考に、営業秘密として取り扱う独自の技術・ノウハウ等の内容を整理し、その共有範囲を定めて下さい。特に、共有する生産者・団体の数が多く地理的範囲が広い場合、それぞれの営業秘密ごとに、これを共有する生産者の範囲を明確にしておくことが重要です。	P.30～31
□	営業秘密の範囲を明確にする観点等からは、営業秘密の内容を紙や写真・動画などに記録しておくことも有益です。この場合、記録したものが共有範囲外の者に見られたりしないよう管理して下さい。	P. 10～12, 23～25
イ 生産者等との認識の共有		
□	営業秘密を共有する個々の生産者・団体に対して、営業秘密の内容と共有できる範囲を示し、その範囲を超える他の生産者などに営業秘密を開示してはいけないことを伝えて下さい。営業秘密の管理方法について、個々の生産者等がどの程度理解し、実践しているか、定期的を確認することも重要です。	P.30～31
□	上記の営業秘密の取扱い方法について、個々の生産者等との間で秘密保持契約を結ぶことが望まれます。具体的な契約書面については、「 ひな型④：都道府県内の農家向け秘密保持契約書面 」を参考にして下さい。	P.31

ひな型④：都道府県内の農家向け秘密保持契約書面

●●県 御中

- 県が策定する■ ■（品種）栽培マニュアル（以下「本マニュアル」といいます。）は、●●県の生産力・品質の向上のために開発された技術・ノウハウであることを認識し、第三者（県内・県外を問いません）に開示しません。
- 本マニュアルを活用したい県内の生産者がいる場合、速やかに●●県に報告します。本マニュアルを開示する場合には、●●県から行うこととし、私からは開示しません。
- 第1項記載の本マニュアルの目的に照らし、本マニュアルは、県内で■ ■を栽培する目的にのみ使用し、当該目的外に使用しません。
- 本マニュアルは、意図せず漏洩しないように、自身の独自の技術・ノウハウ等と同様に、適切に取り扱うものとします。
- 上記事項に違反した場合、●●県に対して損害賠償義務などを負うことがあることを理解しました。
- 上記各事項は、県外に移転した場合であっても、遵守いたします。

(日付) _____
(署名) _____

これも
教えて！

技術・ノウハウ等は何かに書いておかないといけないの？



農業分野では、工業製品と比べて動植物は個体間の差が大きく、また、技術・ノウハウ等を使用した結果が天候等の環境要因にも左右されることなどから、**技術・ノウハウ等が言語やデータなどによって説明できる状態になっていない、いわゆる「暗黙知」として未整理な状態で存在しやすい**と言えるでしょう。

暗黙知であっても、営業秘密として保護を受けられないわけではありませんが、その技術・ノウハウ等を第三者に盗用された際、**盗まれた営業秘密の内容や盗用されたこと自体も立証することが難しくなります**。また、有用な技術・ノウハウ等を正しく伝承していくためにも、その**内容を整理し、言語やデータなどによって説明可能な「形式知」**にしておくことは**重要**です。

さらに、営業秘密の範囲を明確にする、営業秘密が漏れた場合に備えてそれを持っていたという事実を証明するといった観点からは、**技術・ノウハウ等の内容を口頭で管理・伝承するのではなく、紙や写真・動画等の媒体に記録しておくことも有益**と考えられます。

今後の農業分野における技術・ノウハウ等の保護・活用に向けて (ガイドラインP.56~P.59参照)

有用な技術・ノウハウ等を整理し、適切に保護することは、技術・ノウハウ等を独占することのみを意味するものではありません。適切に保護した上で、地域や生産者間で共有することも可能であり、**次世代への正確な伝達にも資する**ものです。

有用な技術・ノウハウ等を自身で独占するのか、第三者と共有するのか、また、共有するとしても、どの範囲で共有するのかは、その技術・ノウハウ等の保有者が自身の戦略に基づいて自由に選択することが可能です（「**オープン・クローズ戦略**」と言います。）。

オープン戦略を選択する場合であっても、**技術・ノウハウ等を特許や営業秘密としての保護を図っておくこと**により、使用を許諾していない者や、使用許諾の条件に違反した者に対し、その技術・ノウハウ等の使用を禁止することが可能となります。これにより、**技術・ノウハウ等を、正しい内容のまま伝達・継承**することができます。

農業分野において、**オープン・クローズ戦略**により技術・ノウハウ等の適切な保護と活用を図ることは、その保有者に新たな技術・ノウハウ等を生み出す意欲を持ってもらうためにも不可欠なものであり、**我が国の農業技術の発展に寄与**するものです。



「農業分野における営業秘密の保護ガイドライン」本体の入手はウェブで！ →



URL <https://pvp-conso.org/842>

お問い合わせ先

(公社) 農林水産・食品産業技術振興協会 (JATAFF)

住所 〒107-0052 東京都港区赤坂1丁目9-13

電話 03-3586-8644